

Pressefreiheit in Rußland: Großaktionäre als Zensoren?

Hübner, Peter

Veröffentlichungsversion / Published Version
Forschungsbericht / research report

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Hübner, P. (1998). *Pressefreiheit in Rußland: Großaktionäre als Zensoren?* (Berichte / BIÖst, 34-1998). Köln: Bundesinstitut für ostwissenschaftliche und internationale Studien. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-43642>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Die Meinungen, die in den vom BUNDESINSTITUT FÜR OSTWISSENSCHAFTLICHE UND INTERNATIONALE STUDIEN herausgegebenen Veröffentlichungen geäußert werden, geben ausschließlich die Auffassung der Autoren wieder.

© 1998 by Bundesinstitut für ostwissenschaftliche und internationale Studien, Köln

Abdruck und sonstige publizistische Nutzung – auch auszugsweise – nur mit vorheriger Zustimmung des Bundesinstituts sowie mit Angabe des Verfassers und der Quelle gestattet.

Bundesinstitut für ostwissenschaftliche und internationale Studien, Lindenbornstr. 22, D-50823 Köln,
Telefon 0221/5747-0, Telefax 0221/5747-110; Internet-Adresse: <http://www.uni-koeln.de/extern/biost>

ISSN 0435-7183

Inhalt

	Seite
Kurzfassung.....	3
I. Die Privatisierung der zentralen Presse.....	7
I.1 Von der "ideologischen Privatisierung" zur ersten vermögensrecht- lichen Privatisierung der Zeitungen	7
I.2 Die zweite vermögensrechtliche Privatisierung der Presse und die Aufteilung des zentralen Pressemarktes unter Großanlegern	8
I.3 Die Anteilseigner und Investoren aus Industrie und Großkapital.....	10
II. Gründe und Motive für Zeitungsbeteiligungen von Fremd- firmen	13
II.1 Das Interesse der Redaktionen an Fremdkapital – und an Unabhän- gigkeit.....	13
II.2 Motive und Interessen der Fremdfirmen.....	14
II.2.1 Politische Motive der Anleger	14
II.2.1.1 Presse als Instrument des Lobbyismus und der Bekämpfung von Konkurrenten	15
II.2.1.2 Politischer Grundkonsens von Anlegern und Presse	16
II.2.1.3 Medienbeteiligungen im Hinblick auf Duma- und Präsidentschafts- wahlen im Jahr 1999 und 2000	18
II.2.2 Kommerzielles Interesse von Großunternehmen und Banken an Medien	19
II.2.2.1 Bildung von Medienholdings durch Fremdfirmen.....	21
II.2.2.2 Bildung von (potentiell) unabhängigen Presse(Medien)-Konzernen	23
III. Können und wollen Fremdfirmen die Rolle einer regierungs- amtlichen Medienkontrolle übernehmen?	26
III.1 Der "Izvestija"-Lukoil-Oneksimbank-Konflikt	28
III.2 Einige Schlußfolgerungen aus dem Streit "Izvestija" – Lukoil – Oneksimbank für die Pressefreiheit in Rußland	31
IV. Auswirkungen der Medienbeteiligungen von Fremdfirmen auf die Pressefreiheit	34
Summary	41

30. Juni 1998

Peter Hübner

Pressefreiheit in Rußland

Großaktionäre als Zensoren?

Bericht des BIOst Nr. 34/1998

Kurzfassung

Vorbemerkung

Seit 1992 sind russische Banken und Großfirmen in großem Umfang in den zentralen russischen Zeitungs- und Medienmarkt eingestiegen. In dieser Arbeit wird die oft bejahte Frage untersucht, ob dadurch eine ernsthafte Bedrohung der Pressefreiheit in Rußland gegeben ist. Eine weitere Frage ist, ob über diese Fremdfirmen eine indirekte staatliche Kontrolle dann möglich ist, wenn der Staat an diesen Fremdfirmen wesentlich beteiligt ist. Der Konflikt "Izvestija"-Lukoil-Oneksimbank, der 1997 zur Ablösung des "Izvestija"-Chefredakteurs und vieler seiner Mitarbeiter führte, legte einen solchen Schluß nahe. Die Arbeit, die sich auf russische und westliche Quellen stützt, kommt zu dem Fazit, daß die Pressefreiheit in Rußland durch den Einstieg der Fremdfirmen insgesamt außerordentlich profitiert hat.

Ergebnisse

I. Von der ideologischen zur ersten und zweiten vermögensrechtlichen Privatisierung

Dem Einstieg der Fremdfirmen in den zentralen russischen Zeitungs- und Medienmarkt war zunächst eine *"ideologische Privatisierung"* durch Gorbatschows Glasnost, den Wegfall der Medienaufsicht durch die KPdSU und das Zensurverbot des sowjetischen Mediengesetzes von 1990 vorausgegangen, die von einer *ersten vermögensrechtlichen Privatisierung* vieler Presseorgane begleitet war: In der Regel traten die Zeitungsteams als "Begründer" an die Stelle der früheren staatlichen, parteilichen oder "gesellschaftlichen" Herausgeberorganisationen und bildeten oft AGs geschlossenen Typs. Sie bewährten sich im allgemeinen, solange die Auflagen dank Glasnost und stark gewachsenem Publikumsinteresse steil anstiegen und dank weiterhin niedrig bleibender Produktionskosten Gewinne gemacht wurden. Als ab 1991 Preisbindungen im Rahmen der Wirtschaftsreform aufgehoben wurden, mußte die Presse die stark steigenden Kosten an die Leser, die ihrerseits sinkende Reallöhne zu verkraften hatten, weitergeben. Dies war der Hauptgrund für das kontinuierliche Absinken der Auflagen ab 1992 auf heute 2-10% des Niveaus von 1990/91. Viele Presseorgane mußten schließen. Die Zeitungen suchten in dieser Notsituation Unterstützung bei finanzstarken Großfirmen und Banken. Diese stiegen aus politischen und ökonomischen Überlegungen allmählich massiv in diesen Markt ein – die *zweite vermögensrechtliche Privatisierung* vollzog sich.

II. Gründe und Motive für die Zeitungs- und Medienbeteiligungen von Fremdfirmen

1. Hauptgrund der Zeitungs-AGs, Anteile an Fremdfirmen zu verkaufen und um (Pfand)-Kredite nachzusuchen, war die durch Kostensteigerungen/Auflagenschwund ausgelöste akute Notsituation, die sie nur mit fremder Finanzhilfe überstehen konnten. Der Widerspruch zwischen Abhängigkeit von Geldgebern und dem originären Interesse der Zeitungen an journalistischer Unabhängigkeit wurde durch Nichteinmischungszusagen der Fremdfirmen gemildert. Auch erschienen den Zeitungen die Fremdfirmen im Vergleich zur früheren KPdSU-Kontrolle als durchaus erträgliche und ungefährliche Partner.
2. Die Fremdfirmen verknüpften (zunächst) mit ihren Beteiligungen keine Gewinnerwartungen, sondern politisch-ökonomische und allgemeinpoltische Ziele: Zum einen sahen sie in der zentralen Presse Lobbyinstrumente für ökonomische Anliegen (um etwa Ansprüche auf Anteile an privatisierten Staatsunternehmen zu unterstreichen) und Druck auf die staatliche Bürokratie in Moskau (aber auch die Legislative) ausüben zu können. Zum anderen sahen und sehen sie in den von ihnen unterstützten Medien – es handelt sich ausschließlich um "demokratische" – Verbündete in der prinzipiellen Verteidigung des jetzigen politischen und ökonomischen Systems gegen eine mögliche Machtübernahme durch die Kommunisten, die freies Unternehmertum und Medienfreiheit beseitigen würde. Die meisten Fremdfirmen haben dabei erkannt, daß die auf diesem politischen Grundkonsens basierende wechselseitige Stützung von demokratischen Medien und privaten Fremdfirmen nur funktionieren kann, wenn die Medien unabhängig bleiben.
3. Fremdfirmen investieren heute schon im Hinblick auf die Dumawahlen 1999 und die Präsidentschaftswahlen 2000 in Medien, wobei meist noch nicht klar ist, wem ihre Unterstützung im einzelnen gelten wird. Nur von W. Gussinskij (Chef der einflußreichen Holding Media-MOST) ist bekannt, daß er die Bewegung "Jabloko" "maximal" unterstützen will. Der Moskauer OB Ju. Luschkow will mit seiner nationsweit sendenden Gesellschaft "TV-Centr" offenbar seine eigenen Chancen ausbauen, wenngleich er entsprechende Ambitionen bisher negiert hat.
4. Vor dem Hintergrund weltweiter Gewinnerwartungen im Medien- und Kommunikationsbereich sehen russische Fremdfirmen ihre Medienbeteiligungen zunehmend unter rein kommerziellen Gewinnaspekten und fassen sie in eigene Holdings zusammen. Die Verknüpfung von Gewinnstreben und Unabhängigkeit der Medien kommt am klarsten in der "Firmenphilosophie" der Media-MOST-Holding zum Ausdruck: Absicherung der demokratisch-rechtsstaatlichen Entwicklung (einschließlich des freien Unternehmertums) mit Hilfe und zum Nutzen freier Medien als deren Konstituens und Garant.
5. Parallel zu den Medienholdings der Fremdfirmen wird die Bildung von Presse- und Medienkonzernen heute auch von Zeitungsunternehmen selbst durch Ausbau und Diversifizierung der eigenen Produkte betrieben. Zugleich werden Fremdbeteiligungen möglichst gestreut und (Pfand)Kredite zurückgezahlt. Z.T. ist die Beteiligung von Fremdfirmen hier noch erheblich.

6. Die Bildung von Presse-(Medien-)Holdings und -Konzernen zeigt, daß sich der zentrale russische Medienmarkt zunehmend zu einer selbständigen gewinn-, d.h. publikumsorientierten Geschäftsbranche entwickelt und das "politische Ränkespiel" mit Hilfe der Medien an Bedeutung verliert.

III. Können und wollen Fremdfirmen die Rolle einer regierungsamtlichen Medienkontrolle übernehmen?

1. Das Verhältnis zwischen Presse-AGs und Fremdfirmen war bis 1997 fast ungetrübt. Eine Beschneidung der Unabhängigkeit der Presse-AGs war – abgesehen von der Legislative – allenfalls von der Exekutive zu erwarten, die in der unabhängigen Presse – die 1996 Jelzin zum Sieg über Sjuganow verholfen hatte – nach Jelzins Sieg wieder äußerst hart kritisiert wurde. Das Zensurverbot, die Entstaatlichung der zentralen Presse, die Abschaffung der Pressesubventionierung u.a. erlaubten aber eine staatliche Druckausübung nur noch indirekt über die Fremdfirmen, an denen auch der Staat beteiligt war.
2. Eine zunächst erfolgreich scheinende derartige Druckausübung kam am 1.4.1997 ins Rollen, als die "Izvestija" aus "Le Monde" einen Artikel über die angebliche Selbstbereicherung von Premier Tschernomyrdin abdruckte. Der mit diesem eng verbundene Hauptaktionär der "Izvestija", die Ölfirma Lukojl, betrieb daraufhin letztlich erfolgreich die Ablösung der gesamten "Izvestija"-Spitze, nicht nur, um das für Lukojl ökonomisch wichtige Vertrauensverhältnis zu Tschernomyrdin zu reparieren, sondern vor allem, um den einsetzenden Strom von äußerst geschäftsschädigenden Skandalveröffentlichungen u.a. über Lukojl-Verbindungen zur organisierten Kriminalität in der "Izvestija" zu stoppen.
3. Der Konflikt zeigte, daß vor allem Lukojl – nicht Tschernomyrdin, die Regierung oder die Oneksimbank als weiterer Hauptaktionär – die Auswechselung der "Izvestija"-Spitze betrieben hatte. Dieser Eingriff offenbar kriminell infiltrierter wirtschaftlich-politischer Interessengruppen in die Medienfreiheit war für Lukojl außerordentlich imageschädigend, außerdem aber ein Pyrrhus-Sieg: Die "Izvestija" verlor ihre besten Journalisten und viele Leser. Die Konkurrenz der übrigen allgemeinpolitischen Moskauer Blätter stellte die "alte" "Izvestija" vor die Alternative, entweder wie zuvor unabhängig – vor allem gegenüber Lukojl – zu arbeiten und so das verlorene Leservertrauen zurückzugewinnen oder aber einen weiteren Leserschwund, ökonomischen Mißerfolg und noch stärkere Abhängigkeit von den Investoren zu riskieren, was letztere vor die Frage stellen würde, ob es sich überhaupt noch lohnt, die Zeitung zu halten. Das Lukojl-Experiment der Kontrolle oder Fernsteuerung von Medien über Fremdfirmen mit staatlicher Beteiligung hat sich als kontraproduktiv erwiesen.

IV. Auswirkungen der Medienbeteiligungen von Fremdfirmen auf die Pressefreiheit

1. Im Westen wie in Rußland – hier vor allem von Jelzin und der Dumamehrheit – wird der massive Einsteig von Fremdfirmen in den zentralen russischen Medienmarkt überwiegend als eine Bedrohung der Medienfreiheit dargestellt. Dabei werden aber wesentliche Aspekte absichtsvoll übersehen, die den Schluß erlauben, daß die Medienfreiheit in Rußland überwiegend außerordentlich profitiert hat.

2. Das Hauptverdienst der "Oligarchen" ist es, viele demokratische Presseorgane in der Krisenzeit ab 1992 am Leben erhalten zu haben.
3. Selbst wenn man die von ihnen "kontrollierten" Medien auch inhaltlich-redaktionell als von den Finanziers abhängig betrachtet, gibt die Gesamtheit dieser Medien ein sehr pluralistisches Bild, das weit von irgendeinem unterstellten Meinungsmonopol entfernt ist.
4. Abgesehen davon, daß es bei vielen dieser Medien nicht nur einen, sondern mehrere Anteilseigner gibt und deshalb auch in den AGs Pluralität herrscht, haben die Fremdfirmen kein umfassendes Kontrollinteresse gegenüber "ihrem" Medium, sondern erwarten nur, daß einerseits ihre sektoralen Firmeninteressen nicht geschädigt werden und andererseits die derzeitigen politisch-ökonomischen Rahmenbedingungen – ihre Existenzgrundlage – nicht prinzipiell in Frage gestellt werden. Letzteres ist aber ohnehin Inhalt des politischen Grundkonsenses der betreffenden Medien und ihrer Finanziers.
5. Bei der Respektierung oder Verfechtung wichtiger Firmeninteressen muß sich ein entsprechendes Medium um glaubwürdige und redliche Begründungen für den Firmenstandpunkt bemühen, um nicht durch andere Medien sofort widerlegt zu werden. Paradoerweise müssen sich gerade Medien, die überwiegend *einem* Anteilseigner gehören und deshalb leicht als dessen Sprachrohr gelten, um besonders überzeugende Argumente für den Firmenstandpunkt bemühen. Attacken gegen ökonomische Konkurrenten oder bestimmte Politiker sind daher in solchen Medien in der Regel gut recherchiert und entwickeln gerade deshalb mitunter eine beachtliche Sprengkraft.
6. Dies ist auch ein Hauptgrund für häufige Einschüchterungsmaßnahmen Betroffener gegen Journalisten und Redaktionen. Die Medien könnten solche Konfrontationen ohne den Rückhalt der Fremdfirmen oft nicht durchstehen. Auch darin ist ein positiver Beitrag der Fremdfirmen zur Pressefreiheit zu sehen. (Streng davon zu unterscheiden sind die in den letzten Jahren häufiger gewordenen anonymen oder sich auf anonyme Quellen stützenden Publikationen von kompromittierendem Material ("Kompromat"), die mit destruktiven Absichten lanciert und von manchen Medien gegen Bezahlung veröffentlicht werden.)
7. Dennoch bietet die Verbindung von Medien mit Fremdfirmen immer wieder Anlaß zu Verdächtigungen. Während die Fremdfirmen ihren Einfluß bei den von ihnen "kontrollierten" Medien nur sehr bedacht geltend machen können, wenn sie sie als – möglichst gewinnbringende – Lobbyinstrumente nutzen wollen, sind die Medien selbst nicht nur aus journalistischem Idealismus an einer Minimierung dieses Einflusses und der Entkräftung jeden Verdachts der journalistischen Abhängigkeit interessiert, sondern vor allem, um das Vertrauen des Publikums und damit ökonomischen Erfolg aufzubauen und nicht in eine noch stärkere Abhängigkeit von Fremdkapital zu geraten. Einfluß und ökonomischer Erfolg, woran Medien wie Fremdfirmen fundamental interessiert sind, sind eng mit journalistischer Unabhängigkeit und Redlichkeit verbunden, die nicht journalistische Beliebigkeit bedeutet, sondern sich in dezidiert und begründeter Meinungsäußerung und unvoreingenommener Information äußert.

I. Die Privatisierung der zentralen Presse

Die ökonomische Entwicklung der zentralen (überregionalen) Presse in Rußland seit etwa 1990 hat dazu geführt, daß heute russisches Großkapital (Unternehmen, Banken) erhebliche Anteile am russischen Pressemarkt erworben hat. Die vieldiskutierte Frage, ob sich dies negativ auf die Pressefreiheit in Rußland auswirkt, zumal dann, wenn diese Unternehmen selbst im Teilbesitz des Staates sind und staatlichem Loyalitätsdruck unterliegen, wird meist bejaht. Der international stark beachtete Konflikt zwischen der Zeitung "Izvestija" und der zu 36% in staatlichem Besitz befindlichen Ölfirma Lukojl – zugleich "Izvestija"-Großaktionär – und deren schließlich erfolgreicher Versuch, nach einer Skandalveröffentlichung (am 1.4.1997) über Ministerpräsident Tschernomyrdin die Ablösung des Chefredakteurs zu erreichen, haben ein grelles Licht auf diese Problematik geworfen. Der Weg dorthin war lang.

I.1 Von der "ideologischen Privatisierung" zur ersten vermögensrechtlichen Privatisierung der Zeitungen

In "klassischer" sowjetischer Zeit waren alle Massenmedien nicht nur inhaltlich, ideologisch, sondern auch materiell, vermögensrechtlich vollkommen abhängig von Staat und Partei. Die inhaltliche Abhängigkeit wurde nach langen, seit den 50er Jahren von der Intelligenzija und Dissidenten geführten Kämpfen, dann dank Gorbatschows Glasnost-Politik (Zensurverbot im sowjetischen Massenmediengesetz von 1990), weiter durch das Verbot der KPdSU als überregionaler Organisation nach dem August-Putsch 1991 und den dadurch verursachten Untergang ihrer Presseorgane, schließlich durch die Auflösung der UdSSR und aller sowjetischer Institutionen und damit auch ihrer jeweiligen Presseorgane, überwunden. Diese "ideologische Privatisierung" fand ihre rechtliche Umsetzung zunächst darin, daß bei sehr vielen Blättern das Journalistenteam als "Begründer" – ein neuer Terminus des sowjetischen Massenmediengesetzes von 1990 – an die Stelle der früheren sowjetischen Herausgeber(organisation) trat. Vermögensrechtliche Fragen wurden im allgemeinen zunächst nicht geregelt, denn die Presse boomte nach dem Fall der Zensur: Der traditionelle Informationshunger konnte endlich befriedigt werden, was oft zu immensen Auflagesteigerungen in Millionenhöhe führte. Voraussetzung dafür waren aber nicht allein die enorme Nachfrage, sondern auch die zunächst noch sehr niedrigen Produktions- und Vertriebskosten.

Dieser ungeheure ökonomische Erfolg nach 1986 verlangte aber in der Zeit der beginnenden, marktorientierten Wirtschaftsreform ab 1991 nach einer neuen vermögensrechtlichen Regelung: Die Zeitungen wurden nach dem neuen Aktienrecht meist in Aktiengesellschaften geschlossenen Typs ("Akcionernoe obščestvo zakrytogo tipa", AOZT) umgewandelt. Anteilseigner wurden in aller Regel nur die Mitarbeiter der Zeitungen.

Die geschlossene AG sah man als Absicherung gegen äußeren Druck, da Anteile von den Mitarbeitern nur innerhalb der AG veräußert werden konnten. Es zeigten sich aber bald zwei Geburtsfehler dieser Konstruktion: Es kam wegen der Kriterien der Anteilsvergabe immer wieder zu Zerwürfnissen in den Teams. (Dagegen wurde z.B. in der Zeitung "Ėkonomika i žizn" ein von einer eigenen Kommission entwickeltes, anscheinend reibungslos funktionie-

rendes Punktesystem für die Anteilszumessung entwickelt.)¹ Zum anderen ging es bei den Anteilen nicht um Anrechte auf materielle Vermögenswerte, die in das Eigentum der öffentlichen Hand des

neuen Staates übergangen, sondern um aktienrechtliche Äquivalente für den immateriellen Beitrag der einzelnen Mitarbeiter für die Zeitung. Da die unterschiedlich bemessenen Anteile unterschiedliche Stimmrechte, d.h. unterschiedlichen Einfluß auf die Redaktionspolitik bedeuteten, kam es auch hier häufig zu Gruppenbildungen und Zerwürfnissen: So verließen z.B. 15 Mitarbeiter aus diesem Grund die Wochenschrift "Ogonek"; in der "Komsomol'skaja pravda" bildeten sich zwei Gruppierungen, die schon bei der ersten Aktionärsversammlung aufeinanderstießen. Die Unterlegenen verließen das Blatt, um später die "Novaja ežednevna gazeta" zu gründen. In der "siegreichen" Gruppe gingen die Rivalitäten dennoch weiter. In anderen Periodika entschärfte man diese Zwiste, indem man die Verteilung der Anteile dem gerechten Ermessen der Redaktionsspitze überließ (z.B. "Moskovskie novosti") oder sie treuhänderisch gleich dem Chefredakteur übergab ("Moskovskij komsomolec").²

Solange die Presse boomte, bewährte sich diese Art der aktienrechtlichen Privatisierung der Redaktionen insgesamt. Als aber ab 1991 Preisbindungen aufgehoben wurden, kamen diese AGs sehr schnell in größte finanzielle Schwierigkeiten. Die rapiden Preissteigerungen ab 1992 bei Papier, Druck, Mieten, Energie, Transport etc. mußten – widerwillig – auf die Leser abgewälzt werden, die ihrerseits sinkende Realeinkommen zu verkraften hatten. Das Ergebnis waren bis 1996 ständige Auflagenrückgänge bis auf zwei bis zehn Prozent des Niveaus von 1990. Viele Blätter mußten aufgeben. 1996 deutete sich eine Trendwende an³, die aber 1997 nicht anhielt. Seither sinken die Auflagen wieder. Die Zeitungs-AGs waren für diesen Einbruch weder materiell noch vom finanzpolitischen Sachverstand her gerüstet. Nur wenige der größeren Blätter haben die neuen harten Bedingungen ohne fremde Hilfe gemeistert, sich zu einem richtigen Presseunternehmen gewandelt und ihre vollständige Unabhängigkeit bewahrt, so das aus dem seit 1990 erscheinenden Wirtschaftsblatt "Kommersant" entstandene Verlagshaus "Kommersant" oder das Verlagshaus "Ėkonomika i žizn" (s.u. S. 24).

1.2 Die zweite vermögensrechtliche Privatisierung der Presse und die Aufteilung des zentralen Pressemarktes unter Großanlegern

"Kommersant" und "Ėkonomika i žizn" hatten im Überlebenskampf zwei Vorteile: Zum einen gab es in der wirtschaftspolitischen Umbruchsituation eine verstärkte Nachfrage nach ökonomischen Spezialpublikationen, während sie bei allgemeinpolitischen Zeitungen stark absank. Zum anderen verfügten die Redaktionen dieser Blätter a priori über den nötigen ökonomischen Sachverstand, der ihnen die Einstellung auf die neue Situation erleichterte.

Viele andere zentrale Blätter sahen einen Ausweg immer weniger in staatlichen Zuschüssen, die sie immer wieder klagend eingefordert hatten und erst Ende 1995 in bescheidenem Um-

¹ Siehe Ju. Jakutin, Nezavisimost' i procvetanie. Edinstvo vozmožno, in: Žurnalist, 2, 1997, S. 2-5, hier S. 5.

² Dazu: A. Mursaliev, SMI, naša radost', usni, in: Kommersant, 15, 1997, S. 26-28.

³ Siehe Doklad Sojuza Žurnalistov Rossii o kritičeskom sostojanii rossijskich sredstv massovoj informacii. (Verbreitet von: Nacional'naja služba novostej, 1997. <http://www.nns.ru/smi/mmedia/prill/5.html>.)

fang durch die bis Ende 1998 wirksamen Gesetze über die Unterstützung der Massenmedien bzw. der Regionalpresse⁴ zugebilligt bekamen, als vielmehr in der Beteiligung von kapitalstarken Großfirmen und Banken. Deren massiven Einstieg in den Pressemarkt kann man als zweite vermögensrechtliche Privatisierung der Presse bezeichnen.

Den Anfang machten die während des Putsches von 1991 gegründete Moskauer Wochenzeitung "Obščaja gazeta" unter Je. Jakowlew und die seit 1992 erscheinende Wochenzeitung "Vek". Beide wurden von der Autofabrik "VAZ" (Generaldirektor W. Kadannikow) massiv unterstützt. Von Anfang an wurde strikte Nichteinmischung der Firma in den Inhalt der Blätter vereinbart. Dies wurde konsequent eingehalten.⁵

Bei diesen Anfängen ist es nicht geblieben: Auf dem Festival der Regionalpresse "Ganz Rußland" im Juni 1997 in Nowosibirsk wurde festgestellt: "Die Herausgabe allgemeinpolitischer Zeitungen kann nicht ohne Unterstützung der Finanz- und Wirtschaftsgruppen stattfinden".⁶

Einen schlagenden Beweis dafür lieferte Mitte 1995 die 1990 gegründete "Nezavisimaja gazeta" (NG, "Unabhängige Zeitung"), ein Flaggship und Symbol der freien Presse der Perestrojka-Zeit: nach viereinhalb Jahren, in denen ihr Chefredakteur W. Tretjakow die Zeitung unter Verzicht auf Unterstützung durch öffentliche Gelder ausschließlich aus selbsterwirtschafteten Einnahmen und privaten Zuwendungen finanzierte, um wirklich unabhängig zu bleiben, waren Schulden in Höhe von 400.000 US-\$ aufgelaufen. Mit der (vorläufig) letzten Nummer der "NG" vom 24. Mai 1995 mußte die Zeitung ihr Erscheinen einstellen. Erst jetzt war Tretjakow bereit für die Heranziehung von Fremdkapital: "Wir sind jetzt mit einer letzten Wahl konfrontiert: entweder sterben oder eine finanzielle Absicherung finden, die unsere professionelle und politische Orientierung nicht verändert".⁷ Die Idee Tretjakows, die "NG", um Fremdeinflüsse zu minimieren, in eine AG unter Hinzuziehung von vier bis fünf Finanzgruppen mit maximal je 20% Anteilen, einer Sperrminorität von 30% in der Hand der Zeitung umzuwandeln, wurde zunächst modifiziert umgesetzt. Die Zeitung konnte ab Herbst 1995 wieder erscheinen. Heute ist die "NG" eine AG geschlossenen Typs. Die Bank "Ob-edinnennyj bank" hält das Kontrollpaket Aktien. Tretjakow, Chefredakteur der Zeitung und Generaldirektor der AG, kann – das ließ er den Mitarbeitern ausdrücklich erklären – jederzeit von der Bank entlassen werden.⁸

"Im Verlauf der letzten wenigen Jahre vollzieht sich in Rußland ein Prozeß der Konzentrierung der zentralen russischen Zeitungen in den Händen von Finanz- und Wirtschaftsgruppen".⁹ Es wird sogar behauptet, daß "fast die gesamtnationale Presse heute drei bis vier Mag-

⁴ Erstpublikation der Gesetze in: RG, 5.12.1995 bzw. 29.11.1995.

⁵ Siehe das Interview E. Jakovlevs mit V. Kadannikov, *Začem vypisyvat'sja iz odnogo sumassedšego doma, čtoby popast' v drugoj*, in: OG, 24, 1995, S. 3.

⁶ V. Titov, *Istina – ne v bednosti*, in: Sg, 23.6.1997.

⁷ Einzelheiten s.: *Dying with dignity*, in: Transition, 11, 1995, S. 34-35; "Nezavisimoj gazetoj" stalo men'se, in: OG, 21, 1995, S. 1. A. Stepovoj, "Nezavisimaja gazeta": my ne govorim: "proščaj", in: Iz, 25.5.1995; *Podderžka gazete*, in: RG, 30.5.1995; L. Belin, OMRI DAILY DIGEST, No. 100, Part I, 24.5.1995.

⁸ V. Tretjakov, *Pis'mo ne B.N. El'cinu*, in: NG, 23.4.1997.

⁹ V. Razuvaev, "Tichaja revoljucija" v pečatnych SMI, in: NG, 30.5.1997.

naten gehört".¹⁰ "Das große Business Rußlands nimmt aktiv an der Aufteilung des Marktes teil. Es werden Zeitungen und Zeitschriften an- und weiterverkauft, TV- und Radiokanäle werden aufgeteilt."¹¹ "Die Aufteilung des Marktes der 'traditionellen' Tageszeitungen ist praktisch vollendet. Die letzten in dieser Reihe waren die 'Izvestija', z.T. die 'Komsomol'skaja pravda' und 'Trud'".¹² Laut I. Malaschenko, damals Präsident der TV-Gesellschaft NTV, ist der Medienmarkt in Rußland (wie überhaupt der Markt in Rußland) unter "einigen Spielern", einer "Oligarchie" aufgeteilt.¹³ Nach einer vorläufigen Analyse sind bei über 60% der russischen Zeitungen "korporative Interessen" im Spiel.¹⁴ Nach einer anderen Untersuchung stellten die Massenmedien schon 1995 in Rußland einen "Hauptbestandteil aller korporativen Lobbys" dar.¹⁵

I.3 Die Anteilseigner und Investoren aus Industrie und Großkapital

An der "zweiten" vermögensrechtlichen Privatisierung der zentralen Presse sind zum einen Wirtschaftskonzerne, zum anderen Banken beteiligt. Ihr Interesse richtet sich auch auf elektronische Medien (EM). Wegen der schwierigen und oft widersprüchlichen Quellenlage sind die folgenden Angaben unvollständig. Oft handelt es sich auch um indirekte Beteiligungen.

Großkonzerne als Anteilkäufer und Investoren:

- "VAZ" (Wolga-Autofabrik): "Obščaja gazeta", "Vek" (Moskauer Wochenblätter).¹⁶
- "LogoVAZ" (selbständige Tochterfirma von "VAZ", Chef: B. Beresowskij): Wochenblatt "Ogonek" (angeblich 50%), Tageszeitung "Nezavisimaja gazeta"; EM: TV-Gesellschaft ORT (= 1. TV-Kanal, 8%); TV-6 (20%; nach neueren Angaben 37%).¹⁷
- Gasprom (Energiekonzern, zu 40% in staatlichem Besitz): Investitionen in 29 Zeitungen und TV-Gesellschaften; Beteiligungen am zentralen Pressemarkt: "Rabočaja tribuna": (Kauf von 51% im August 1997); Gewerkschaftszeitung "Trud": Beteiligung noch nicht abgeschlossen; EM: NTV (30% Anteile dieser bedeutendsten rein privaten TV-Gesellschaft im Wert von 170 Mio. US-\$); ORT (= 1 TV-Kanal; 3% Anteile an dieser 1994 aus der staatlichen TV-Gesellschaft "Ostankino" durch Privatisierung hervorgegangenen geschlossenen AG, deren Kontrollpaket (51%) in staatlichem Besitz verblieb, während 38% einem

¹⁰ P. Voščanov, V Rossii pressa byla želtoj, a stala – ryžej?, in: Kazachstanskaja pravda, 23.4.1997 (nach: Novaja gazeta, 14.4.1997).

¹¹ V. Titov, Istina – ne v bednosti, in: Sg, 23.6.1997.

¹² V. Razuvaev, cit. loc.

¹³ Siehe R. Narzikulov, V odnoj uprjažke s finansovym kapitalom, in: NG, 16.12.1996.

¹⁴ V. Titov, cit. loc.

¹⁵ Kogda odin za vsech, vse za odnogo, in: OG, 6, 1995, S. 12. Es handelt sich um eine Annotation des Buches "Lobbizm v Rossii: étapj bol'sogo puti", das als wissenschaftliche Grundlage für einen Lobbyismus-Gesetzentwurf diente.

¹⁶ Siehe o. Anm. 5.

¹⁷ Ebd; I. Zasurskij, Den'gi i čitateli stanovjatsja važnee političeskich intrig, in: Žurnalist, 10, 1996, S. 32-36; M. Karaulnik, "Wer kontrolliert den Medienmarkt in Rußland?", in: Wostok 1, 1997, S. 8-9; All the news that fits, in: The Economist, 15.2.1997, S. 29-30; Počem novosti dlja naroda, in: RG, 4.4.1997; M. Whitehouse, Buying the media – who's behind the written word, in: Russia Review, 21.4.1997, S. 26-27. A. Zolotov, Networks fight it out, in: Russia Review, 15.12.1997, S. 26; Rußlands Medien im Gründerfieber, in: NZZ, 20.2.1998.

Banken-konsortium ("Menatep", "Ob-edinennyj bank", "SBS-Agro") und 8% "LogoVAZ" ge-
hören).¹⁸

- *Lukoil* (Ölkonzern, zu 36% in Besitz der russischen Regierung, 20% nominell in Besitz der "Bank of New York").¹⁹ *"Izvestija"* (Mai 1997 49,4%); *EM-Anteile*: an *TV-6*.²⁰

Im Vergleich zu großen Wirtschaftskonzernen scheinen Banken noch wesentlich aktiver beim Erwerb von Anteilen an zentralen Zeitungen, EM und Medienkonzernen zu sein. In den letzten Jahren traten vor allem folgende in Erscheinung:

- *"Menatep"* ("Bank- und Ölimperium"²¹): Ende April 1996 Erwerb eines kleineren Aktienpakets (10%) der Mediengruppe *"Independent Media"*, die mit ihrer Tochterfirma *"Independent Press"* zwei englischsprachige Gratis-Wochenblätter in Moskau und St. Petersburg herausgibt (u.a. *"The Moscow Times"*) und ein weiteres russischsprachiges (*"Kapital"*), außerdem russische Ausgaben der US-Magazine *"Playboy"*, *"Cosmopolitan"*, *"Good Housekeeping"*, sowie das Wochenmagazin *"Russia Review"*, die Zeitschriften *"Jewropa"*, *"Vitrina"*, *"Harpers Bazaar"*, *"Marie Claire"*.²² 70% Anteile an dem mit der *"Literaturnaja gazeta"* 1996/97 gegründeten Konzern *"Russkij izdatel'skij dom"* (Russisches Verlags-
haus). *EM*: "Menatep" gehört (mit "Al'fa-Bank", "Ob-edinennyj bank" und "SBS-Agro") zu einem Bankenkonsoortium unter Leitung von A. Smolenskij, das 38% der *ORT*-Anteile hält.²³

¹⁸ M. Karaulnik, cit. loc.; Macht und Medien in Rußland: in: NZZ, 26./27.4.1997; V. Razuvaev, "Tichaja revoljucija" v pečatnych SMI, in: NG, 30.5.1997; The Economist, 15.2.1997, S. 29-30; D. Hoffmann, For Russian Magnates, A Rush Toward Media, in: IHT, 1.4.1997; M. Whitehouse, cit. loc.; U "Gazproma" mo-
žet pojavit'sja svoja pečatnaja tribuna, in: Sg, 10.4.1997; Ch. Freeland, Gazprom may buy Pravda, in: FT, 23.12.1997; D. Trubeckoj, Radi neskol'kich akcij v gazete, in: Kommersant, 15, 1997, S. 29-32, hier S. 31; V. Mezencev, Russkaja pressa dlja trech tolstjakov, in: Žurnalist 7, 1997, S. 8-10, hier S. 9-10; B. Uri-
gašvili, Blagovolin oficial'no v otstavku ne podaval, in: Iz, 6.8.1997; T. Plotnikova, O. Lichina, "Gazprom"
zanjalsja periodičeskoj pečat'ju, in: Kommersant-daily, 19.8.1997.

¹⁹ Schema upravdoma, ili o tom, kak v Rossii vozroždaetsja političeskaja cenzura, in: Iz, 15.4.1997.

²⁰ Einzelheiten s. A. Grigor'ev, "LUKOil" pokupaet počti 20% "Izvestij", in: SG, 29.11.1996; Chr. Freeland, Lukoil pension fund takes 20% stake in Izvestija, in: FT, 29.11.1996; S. Coudenhove, Gusinsky's empire, in: Russia Review, 2.12.1996, S. 16; M. Kašulinskij, Plochie "Izvestija" dlja pensionerov "LUKOila", in: Sg, 8.4.1997; Biznes i pressa, in: Iz, 17.4.1997; I. Prozorov (im Interview mit A. Vasilenko von LUKOil), Predstavitel' "Lukoila" otkazyvaetsja ot roli cenzora, in: NG, 22.4.1997; O. Trubeckoj, Radi neskol'kich ak-
cij v gazete, in: Kommersant, 15, 1997, S. 29-32; Chr. Freeland, Izvestija staff resists takeover by oil giant, in: FT, 23.4.1997; "Izvestija" – LUKOIL: čto proischodit, in: Iz, 24.4.1997; Pretenzii "Lukoila" na rol' vla-
del'ca gazety okazalis' nesostojatel'nymi, in: Iz, 14.5.1997; Sud zapretit "LUKOilu" provedenie soveta di-
rektorov "Izvestij", in: Iz, 17.5.1997; V. Dorofeev, Poslednie "Izvestija": svoboda – delo chozjajskoe, in: Kommersant 18, 1997, S. 11-13; Sud zapretit "Izvestijam" provodit' sobranie akcionerov 23 ijunja, in: Sg, 11.6.1997; A. Maljutin, N. Panaev, Bojkaja trgovlja, in: Kommersant 28-29, 1997, S. 9-11; A. Zolotov, Networks fight it out, in: Russia Review, 15.12.1997, S. 26; s. a.u. S. 27ff.

²¹ Chr. Freeland, J. Thornhill, A. Gowers, Moscow's Group of Seven, in: FT, 1.11.1996.

²² Siehe I. Zasurskij, Den'gi i čitateli stanovjatsja važnee političeskich intrig, in: Žurnalist, 10, 1996, S. 32-36; A. Naryškina, Rynok sredstv mass-media napominaet bazar, in: Sg, 10.9.1996; Počem novosti dlja naroda, in: RG, 4.4.1997; M. Whitehouse, cit. loc.

²³ M. Karaulnik, "Wer kontrolliert den Medienmarkt in Rußland?", in: Wostok 1, 1997, S. 8-9; Počem novosti dlja naroda, in: RG, 4.4.1997; M. Whithouse, cit. loc. B. Urigašvili, Blagovolin oficial'no v otstavku ne po-
daval, in: Iz, 6.8.1997.

- "*Ob-edinennyj bank*" (eng mit "LogoVAZ" und B. Beresowskij verbunden): Aktienmehrheit bei "*Nezavisimaja gazeta*". Gehört zum ORT-Bankenkonsortium (s. "Menatep").²⁴
- "*Al'fa-Bank*": Gehört zum ORT-Bankenkonsortium (s.o. unter "Menatep").²⁵
- "*SBS-Agro*": "Sehr aktiv" auf dem Markt der zentralen Zeitungen.²⁶ Gehört ebenfalls zum ORT-Bankenkonsortium (s.o. unter "Menatep").
- "*Oněksimbank*": "*Izvestija*" (Die Bank erhielt im Mai 1997 22% der Anteile als Pfand für einen Mehrmillionen-US-\$-Kredit)²⁷; "*Komsomol'skaja pravda*" (Die Bank erhielt im April 1997 20% der Anteile "treuhänderisch" gegen einen Investitionskredit von 20 Mio. US-\$. Ursprünglich war Gazprom als Erwerber von 20% Anteilen vorgesehen gewesen²⁸); "*Ėkspert*" (Ein Wirtschaftsmagazin. Die Bank gewährte 1995 einen Gründungskredit von zwei Mio. US-\$ gegen Überlassung von 24,5% der Anteile als Pfand).²⁹
- "*Bank Imperial*": "*Obščaja gazeta*"; "*Profil*" (Zeitschrift; 29%); eine neue Tageszeitung war ab September 1997 geplant. Die Bank ist – neben anderen – "sehr aktiv" auf dem zentralen Zeitungsmarkt.³⁰
- "*Municipal'nyj (Städtische) Bank 'Moskva'*": Seit 1996 Aktienmehrheit am Verlagskonzern "*Večernjaja Moskva*", der die gleichnamige, in Moskau sehr verbreitete Zeitung herausgibt.³¹
- "*Stoličnyj bank Sbereženij*" (SBS = Hauptstädtische Sparbank, jetzt: "SBS-Agro"³²): Kredite an "*Kommersant*", die die Entwicklung dieses Wirtschaftsmagazins sicherten und 1996 zurückgezahlt wurden; hatte angeblich zeitweise Aktienmehrheit an "*Kommersant-daily*".³³
- Die "*MOST*"-Gruppe (unter W. Gussinskij) verkaufte Anfang 1997 alle Medienbeteiligungen an den neu gegründeten Medienkonzern "*Media-MOST*"; der Präsident der MOST-Bank und zugleich Generaldirektor der MOST-Gruppe, W. Gussinskij, wechselte zugleich mit diesem Verkauf als Generaldirektor zu der neuen Holding "*Media-MOST*". Die MOST-Gruppe bzw. "*Media-MOST*" war Allein- oder Hauptaktionär von: "*Segodnja*" (Tageszeitung, erscheint seit Ende 1992); der geschlossenen Verlags-AG "*Sem' dnej*" mit der gleich-

²⁴ V. Tret'jakov, Pis'mo ne B.N. El'cinu, in: NG, 23.4.1997; V. Razuvaev, cit. loc.; B. Urigašvili, cit. loc.

²⁵ B. Urigašvili, cit. loc.

²⁶ B. Urigašvili, cit. loc.; A. Zolotov, cit. loc.

²⁷ V. Dorofeev, Poslednie "Izvestija": svoboda – delo chozjajskoe, in: Kommersant, 18, 1997, S. 11-13.

²⁸ V. Dorofeev, ebd. S. 13; O. Trubeckoj, Radi neskol'kich akcij v gazete, in: Kommersant, 15, 1997, S. 29-32; Rukovodstvo "Komsomolki" – za sojuz s Gazpromom, in: NG, 21.3.1997; Ja. Juferova, Ustarel li lozung: "Komsomol'skaja pravda" prodatsja tol'ko svoim čitateljam?, in: Iz, 19.3.1997; Oněksimbank vytesnjaet "Gazprom" s informacionnogo rynka, in: Sg, 18.3.1997; V. Mezencev, Russkaja pressa dlja trech tolstjakov, in: Žurnalist 7, 1997, S. 8-10; M. Kašulinskij ONĖKSIMbank i "Gazprom" borjutsja za ljubov' "Komsomolki", in: Sg, 21.3.1997 (laut Kašulinskij will Oněksimbank auch "bedeutende Mittel" in die Entwicklung einer Wirtschaftszeitung auf der Basis der "Moskovskie novosti" investieren); T. Plotnikova, O. Lichina, "Gazprom" zanjalsja periodičeskoj pečat'ju, in: Kommersant-daily, 19.8.1997.

²⁹ M. Whitehouse, cit. loc.

³⁰ M. Karaulnik, cit. loc., S. 9; M. Whitehouse, cit. loc. S. 27; V. Razuvav, cit. loc.

³¹ A. Naryškina, Rynok sredstv mass-media napominaet bazar, in: Sg, 10.9.1996; Počem novosti dlja naroda, in: RG, 4.4.1997, S. 11.

³² Siehe G. P'janyč, A. Maljutin, Razvedka boem, in: Kommersant 24, 1997, S. 12.

³³ L. Miloslavskij, Vse budet chorošo, in: Kommersant 1, 1997, S. 5; M. Whitehouse, cit. loc., S. 27; A. Zajcev, Kontrol'nyj paket akcij gazety "Kommersant-daily" možet byt' prodan, in: Sg, 27.1.1996.

namigen TV-Zeitung und *"Itogi"*, einem seit März 1996 zusammen mit "Newsweek" herausgegebenen politischen Wochenmagazin; *"Smena"* (St. Petersburg); *EM: NTV* (51%; 30% hält Gasprom; Rest: andere), *NTV-Plus* (Pay-Satelliten-TV-Sender seit November 1996). Für Herbst 1997 war die Herausgabe der Illustrierten NTV-Plus-Programm-Zeitschrift *"Karavan"* geplant; *NTV-International*: sendet nach Westeuropa, den Nahen Osten, Israel seit Anfang 1997; *"Écho Moskvy"* (Rundfunksender, Beteiligung seit 1993). Die EM(-Beteiligungen) der "Media-MOST" wurden 1998 in einer Sub-Holding "NTV-Holding" zusammengefaßt, die Printmedien(beteiligungen) in der Sub-Holding "Sem' dnej".³⁴

- Bankenkonsortium (*"Alfa-Bank"*, *"Menatep"*, *"Ob-edinennyj bank"*, *"SBS-Agro"*; Vorsitz: A. Smolenskij von "SBS-Agro"): *ORT* (38%).³⁵

II. Gründe und Motive für Zeitungsbeteiligungen von Fremdfirmen

II.1 Das Interesse der Redaktionen an Fremdkapital – und an Unabhängigkeit

Der Hauptgrund, der viele Zeitungs-(Redaktions-)AGs dazu brachte, Anteile an Großfirmen und Banken zu verkaufen oder gegen Kredite zu verpfänden, war der oben erwähnte Umstand, daß viele Blätter wirtschaftsreformbedingt völlig unrentabel geworden waren und ohne fremde Hilfe verschwunden wären. "Nur weil jemand sie ... kauft", stirbt "eine ungeheure Zahl von Zeitungen nicht, die nach allen ökonomischen Indikatoren sterben müßten."³⁶ Dabei haben Zeitungen im Prinzip zwei zentrale Interessen, die in einem Gegensatz zu der durch Fremdkapital möglicherweise erzeugten Abhängigkeit von einem Geldgeber stehen, nämlich journalistische Unabhängigkeit und ökonomische Selbständigkeit. Zwischen diesen beiden Interessen gibt es einen engen doppelten Zusammenhang: Zum einen sichert ökonomische Unabhängigkeit die journalistische Unabhängigkeit gegen äußere Einflußnahme – etwa mittels der Drohung von Mittelkürzungen – ab. Zum anderen ist journalistische Unabhängigkeit, die sich bei allgemeinpolitischen Zeitungen in zuverlässiger Information und unbestechlicher Meinungsäußerung niederschlägt, Voraussetzung für den ökonomischen Erfolg.

³⁴ R. Narzikulov, V odnoj uprjažke s finansovym kapitalom, in: NG, 16.12.1996 (Interview mit dem damaligen NTV-Präsidenten I. Malašenko); Moscow's Magazine Match, in: IHT, 7.3.1996 (*"Itogi"*-Newsweek); Skromnye "Itogi", in: OG 11, 1996, S. 12; Sh. Fisher, Battle for the Russian Newsmagazine Market, in: Transition 3.5.1996, S. 60-61 (*"Itogi"*); K. Holm, Monopoly, in: FAZ, 11.11.1996 (Kauf der St. Petersburger "Smena"); OMRI Daily Digest No. 19, Part I, 28.1.1997 (Bildung von "Media-MOST"); I. Zasurskij, Den'gi i čitateli stanovjatsja važnee političeskich igr, in: Žurnalist 10, 1996, S. 32-36; M. Karaulnik, cit. loc.; V. Razuvaev, cit. loc.; Macht und Medien in Rußland, in: NZZ, 26./ 27.4.1997; All the news that fits, in: The Economist, 15.2.1997; S. Coudenhove, Gusinsky's empire, in: Russia Review, 2.12.1996, S. 15 (Gussinskijs gescheiterter Einstieg bei "Izvestija"); D. Hoffmann, For Russian Magnates, A Rush Toward Media, in: IHT, 1.4.1997; M. Whitehouse, Buying the Media – who's behind the written word, in: Russia Review, 21.4.1997, S. 26-27; V. Kuznecov, Kul'tura i pivo, in: OG 27, 1997, S. 12 (*"Karavan"*, *"NTV-International"*); Svoj sredi oligarchov (Interview mit I. Malašenko, Chef der "NTV-Holding"), in: NG, 3.6.1998.

³⁵ B. Urigašvili, cit. loc.; Zajavlenie negosudarstvennykh akcionerov ORT, in: SG, 30.7.1997; A. Zolotov, cit. loc.

³⁶ I. Malašenko (damals Generaldirektor der privaten TV-Gesellschaft NTV) im Interview mit R. Narzikulov, in: NG, 16.12.1996.

Die Beteiligung von Fremdkapital war aus der Sicht der betreffenden Redakteure und Journalisten nur vertretbar, wenn zugesichert wurde oder damit zu rechnen war, daß keine inhaltlichen Eingriffe in ihre Tätigkeit zu befürchten waren. Entsprechende Zusagen wurden von den Fremdfirmen im allgemeinen auch gegeben (s.u. S. 34). Zur Geschäftsgrundlage gehörte allerdings auch, daß die Firmen in den jeweiligen Medien nicht öffentlicher Kritik ausgesetzt wurden. Redakteure fanden auch nichts Verwerfliches dabei, wenn über die Firmen ab und zu positive Beiträge in den Zeitungen erschienen (z.B. über Gasprom in der "Komsomol'skaja pravda")³⁷. Der 1997 abgelöste Chefredakteur der "Izvestija", I. Golembiowski, begründete die auf "Izvestija"-Initiative zustandegekommene Zusammenarbeit mit dem Ölkonzern Lukoil damit, daß "dies ein für uns weniger gefährlicher Kompagnon ist".³⁸ Vor allem im Vergleich zu der früheren Abhängigkeit der Presse von der KPdSU erschien die Beteiligung von Fremdfirmen eher harmlos, wie eine Äußerung des vormaligen stellvertretenden "Izvestija"-Chefredakteurs O. Lazis zeigt: "Wir dachten, es sei für eine politische Zeitung besser, im Besitz eines großen Konzerns zu sein, als im Besitz des Staates unter der KPdSU wie früher."³⁹ S. Parchomenko, Herausgeber des zum Medienkonzern "Media-MOST" gehörenden Magazins "Itogi", verdeutlicht die Unbefangenheit, mit der Zeitungsleute den gewissermaßen der gleichen Klasse angehörenden freien Unternehmern gegenübertraten: "Ein Privateigner ist eine lebendige Person oder eine reale, sichtbare Korporation, mit der man sprechen kann, die man überzeugen kann. Es ist (aber) unmöglich, die Regierung zu überzeugen. Sie ist eine leblose, seelenlose Maschine."⁴⁰

II.2 Motive und Interessen der Fremdfirmen

Die Motive und Interessen der Fremdfirmen bei ihrem Einstieg in den Medienmarkt waren und sind in erster Linie politischer und – in letzter Zeit zunehmend – ökonomischer Art.

II.2.1 Politische Motive der Anleger

Nach dem übereinstimmenden Urteil russischer Medienbeobachter wurden Medienbeteiligungen von Großfirmen und -banken in Rußland – anders als im Westen – angesichts der meist defizitären Medien zumindest bis in die jüngste Vergangenheit nicht aus vordergründigen Profitgründen getätigt.

Das so aktive Interesse von Finanz- und Industriegruppen am Erwerb neuer Printmedien ist offenbar aus mehreren Gründen zu erklären: Der erste Faktor: sie haben offenbar Geld "übrig", das sie in die Politik investieren wollen. Zeitungen werden als Eigentum nicht wegen des Gewinns erworben, den sie in den allermeisten Fällen nicht bringen und unter den heutigen Gegebenheiten auch nicht erbringen können. Das Hauptziel ist der politische und ökonomische Einfluß der Eigner.⁴¹

³⁷ Siehe M. Whitehouse, cit. loc., S. 27.

³⁸ O. Trubeckoj, Radi neskol'kich akcij v gazete, in: Kommersant, 15, 1997, S. 29-30.

³⁹ Chr. Freeland, Russia discovers the tensions between rights and freedoms, in: FT, 26./27.4.1997.

⁴⁰ Siehe M. Whitehouse, cit. loc., S. 27.

⁴¹ V. Razuvaev, cit. loc.

Dabei kann man zwei hauptsächliche Untermotive unterscheiden: 1. Einflußnahme auf die in Moskau konzentrierte politische Elite im Sinne jeweiliger Branchen- und Firmeninteressen bzw. Bekämpfung von ökonomischen Konkurrenten; 2. ein allgemeines Interesse an der prinzipiellen Aufrechterhaltung und Popularisierung des neuen politischen und wirtschaftlichen Systems als Voraussetzung für die Existenz der Konzerne und Verhinderung einer Rückkehr der Kommunisten an die Macht.

II.2.1.1 Presse als Instrument des Lobbyismus und der Bekämpfung von Konkurrenten

Ein wesentliches Motiv privater Großinvestitionen in Medien war seit Beginn der Privatisierung staatlicher Großunternehmen und ist bis heute die Vorstellung der Anleger, über einflußreiche "eigene" Medien die staatliche Privatisierungspolitik zum eigenen Vorteil beeinflussen zu können. Medien werden als Lobbyinstrumente zur Sicherung eines möglichst großen Anteils am zu privatisierenden staatlichen Eigentum gesehen und eingesetzt:

Die Möglichkeit, auf die öffentliche Meinung Einfluß zu nehmen, wurde von denen, die die Konzentration der Presse betrieben, als hinreichender Grund für Investitionen in dieses oder jenes Unternehmen betrachtet. Die Aufgabe, Gewinn von einer Zeitung, einem TV-Kanal zu erzielen, wurde nicht gestellt. Das Merkwürdige und auf den ersten Blick unlogische Verhalten der russischen Geschäftsleute läßt sich recht einfach erklären: Der politische Einfluß gewährte damals (zur Beginn der Privatisierung – P.H.) Zutritt zur Verteilung der Ressourcen (Privatisierung) in einem Umfang, daß die überaus bescheidenen möglichen Gewinne der russischen Massenmedien im Vergleich dazu marginal erschienen.⁴²

Auf den ersten Blick nicht profitable Investitionen in Medien können sich über die Beeinflussung der Politik auszahlen: "Um Politik zu beeinflussen, braucht man Medien. Das ist vollkommen rationales ökonomisches Verhalten."⁴³

Die Nutzung des politischen Einflusses von Medien geschieht aber eher indirekt als direkt. Ein Konzern oder eine Bank läßt im allgemeinen nicht über Medien bestimmte Wünsche an die Exekutive oder Legislative artikulieren – dies wäre kontraproduktiv: Das Medium geriete als "Sprachrohr" ebenso in Mißkredit wie das Unternehmen als eine Art Zensurbehörde. "... Der politische Einfluß (des Anteileigners – P.H.) wird häufig allein durch die Tatsache des Eigentums sichergestellt, und nicht durch eine harte Arbeitskontrolle der Presse."⁴⁴ Nach I. Dsjaloschinskij (Vorsitzender des "Fonds zum Schutz von Glasnost") kann allein die Tatsache, daß ein Unternehmen Zeitungsanteile hat, gewünschte Entscheidungen bei der Regierung durchsetzen. "Es (dieses Eigentum – P.H.) ist ein Instrument der Angst. Bürokraten sind sehr vorsichtig mit der öffentlichen Meinung. Diese Form der Erpressung kann einem helfen, die nötigen Unterschriften und Aktionen von den Bürokraten zu bekommen."⁴⁵

Der in letzter Zeit stark beachtete Einstieg von Konzernen und Banken auf dem zentralen Zeitungsmarkt weist deutlich darauf hin, daß es ihnen um politischem Einfluß vor allem bei der in Moskau konzentrierten politischen und ökonomischen Elite geht, denn die zentralen

⁴² I. Zasurskij, Den'gi i čitateli stanovjatsja važnee političeskich intrig, in: Žurnalist, 10, 1996, S. 33.

⁴³ S. Markov (Carnegie Center Moskau), zitiert bei: M. Whitehouse, cit. loc., S. 27.

⁴⁴ V. Razuvaev, cit. loc.

⁴⁵ Zit. bei M. Whitehouse cit. loc., S. 27.

Zeitungen sind heute, obgleich sie einen überregionalen Anspruch haben, eigentlich nur noch in Moskau selbst wirklich präsent⁴⁶, während sie in den Regionen fast völlig fehlen: Selbst die "Izvestija" hat den Status einer gesamtnationalen Publikation verloren: "Weder in St. Petersburg noch im fernen Osten ist die Zeitung statistisch auszumachen."⁴⁷ In Moskau selbst haben die zentralen Zeitungen dafür einen um so größeren politischen Einfluß, weil sie dort Informations- und Meinungsmittler für einen erheblichen Teil der in Moskau tätigen politischen und ökonomischen Elite sind. Sie sind sehr dicht am Geschehen und werden deshalb von diesem Personenkreis zur Verbreitung ihrer Standpunkte gern genutzt. Sie sind, da leichter zitierbar als die EM, durch den Abdruck geeigneter Materialien auch viel besser bei politischen "Intrigen" im politischen oder ökonomischen Bereich einzusetzen als die EM, wobei eine hohe Auflage für politische Wirksamkeit nicht entscheidend ist.

Eine Rolle [bei den Beteiligungen – P.H.] spielt auch die außerordentliche Effektivität der Verbreitung von Standpunkten, die diesen oder jenen politischen Kreisen von Vorteil ist, wenn etwa eine Publikation in einer Zeitung mit einer Auflage von einigen zehntausend Exemplaren in der Lage ist, einen mißliebigen Geschäftsmann oder eine Amtsperson buchstäblich zu pulverisieren. Einige Zeitungsgeschäftsleute sagen: "Es reicht aus, wenn man meine Zeitung im Bereich des Gartenrings (= Zentrum von Moskau) liest".⁴⁸

Diese Kampffunktion der Presse ist auch prohibitiv: "Wenn ein Konzern eine starke Medienbeteiligung hat, werden andere Presseorgane ihn tunlichst nicht beleidigen, denn dann können sie mit einer stürmischen Reaktion rechnen."⁴⁹

Die Voraussetzung dafür, daß Medien als Lobbyinstrumente bei den "Mächtigen" (vor allem der Exekutive, weniger der Legislative) und als Kampfmittel gegen die Konkurrenz oder hinderliche Politiker eingesetzt werden können, ist allerdings, daß sie bei ihrem Publikum auf ein Mindestmaß an Vertrauen stoßen. Das bedeutet gerade in Moskau, daß sie sich, wenn sie bei dem auf Meinungspluralismus und -freiheit eingestellten Moskauer Publikum ihren Einfluß erhalten wollen, an inhaltliche Unabhängigkeit und argumentativen Journalismus halten müssen (zu diesem Zusammenhang s.u. S. 35ff.).

II.2.1.2 Politischer Grundkonsens von Anlegern und Presse

Die sich aus der Beobachtung des zentralen russischen Pressemarktes ergebende Tatsache, daß Konzerne und Banken ausschließlich in Zeitungen demokratischer Orientierung investier(t)en und in kein einziges kommunistisches oder nationalistisches Blatt, ist wohl so zu interpretieren, daß es bei Zeitungen und Unternehmen/Banken eine prinzipielle politische Übereinstimmung gibt: Beide Seiten verfolgen grundsätzlich das Ziel einer demokratischen

⁴⁶ Vgl. P. Hübner, Der Zerfall des "einheitlichen Informationsraums" in Rußland und der ehemaligen Sowjetunion. Teil I: Presselandschaft, Berichte des BIOst, 49, 1995; P. Mogilka, Warum sinken die Auflagenzahlen der Moskauer überregionalen Zeitungen? Diplomarbeit am Fachbereich Wirtschaftswissenschaft der FU Berlin, 1995; M. Vlasova, Provincial'naja pressa – lider rossijskoj periodiki, in: Vitrina, 3, 1996, S. 23-24; Čto čitajut rossijskije. Vzgljad sociologa, in: Vitrina, 5, 1996, S. 32.

⁴⁷ "Izvestija" – peremeny neizbežny, in: OG, 26, 1997, S. 2.

⁴⁸ V. Razuvaev, cit. loc; vgl. auch T. Koškareva, Mini-rejting vlijatel'nych žurnalistov, in: NG-Scenarij, 4, 1998, S. 11.

⁴⁹ M. Berger (damals bei "Izvestija" heute Chefred. von "Segodnja"), zit. bei M. Whitehouse, cit. loc., S. 26.

und marktwirtschaftlichen Entwicklung Rußlands. Dies wurde exemplarisch im Präsidentschaftswahlkampf 1996 deutlich, als es um die Frage ging, ob die bisherige Reformpolitik unter Jelzin, so unvollkommen sie war, fortgeführt werden sollte oder unter Sjuganow abgebrochen zu werden drohte. Alle demokratischen Medien unterstützten letztlich bei der entscheidenden Stichwahl Jelzin. Die prinzipielle Bejahung des derzeitigen politischen Systems ermöglichte es der demokratischen Presse überhaupt erst, sich auf die Überlebenshilfe des Industrie- und Finanzkapitals einzulassen. Umgekehrt konnte das Kapital damit rechnen, daß von der demokratischen Presse keine prinzipielle Ablehnung der von ihr unterstützten (Reform)politik der Exekutive kam – solange nicht Prinzipien dieser Politik nach Ansicht der Presse verlassen wurden, wie z.B. im Tschetschenien-Krieg. Nur unter dieser Voraussetzung konnten sich das Finanzkapital und die Unternehmen auf eine Zusammenarbeit mit der demokratischen Presse einlassen.

Ein wesentlicher mit den Medienbeteiligungen seitens der Großunternehmen und des Finanzkapitals beabsichtigter politischer Effekt besteht – abgesehen von der oben geschilderten Lobbyfunktion – offenbar auch darin, demokratische Medien in ihrer lebensbedrohlichen Krise als wichtige prinzipielle Verfechter der Reformpolitik am Leben zu erhalten, weil umgekehrt nur diese Reformpolitik das Überleben des privaten Unternehmertums angesichts einer immer noch möglichen kommunistischen Machtübernahme sichern kann.

Die Antwort der Geschäftsleute (auf diese Bedrohungen) ist heute klar. Sie haben einen beachtlichen politischen Mechanismus geschaffen, um die Marktwirtschaft abzusichern und voranzubringen wie auch ihre eigenen Finanzinteressen. Sie haben nicht nur wichtige Rollen im Kabinett und im Kreml, sie kontrollieren auch die beiden wichtigsten TV-Gesellschaften, einen populären Rundfunksender und ein wachsende Zahl überregionaler Zeitungen – Faktoren, die sie zu ihrem Vorteil nutzen können⁵⁰

– sofern diese Medien redaktionell unabhängig sind, wie B. Beresowskij unterstrich: "Wir und die Gruppe von Gussinskij waren die ersten, die realisiert haben, wie die Massenmedien die Schritte unterstützen könnten, die wir tun wollten. Wenn die Medien nicht frei oder privat gewesen wären, hätten wir die Wahl (Jelzins – P.H.) nicht gewonnen."⁵¹ Auch I. Malaschenko – (damals NTV-Präsident, heute Chef der "NTV-Holding") sieht diesen reformpolitischen Zusammenhang: Das Publikum erwarte von den Medien "Public Service", Engagement für die Gesellschaft, d.h. Unterhaltung, Bildung, *Information*. Falls die großen Konzerne nichts in "Public Service" investieren, "werden sie mitsamt dem gesellschaftspolitischen System hinweggefegt"⁵², denn in Rußland sei ein Systemwechsel noch immer möglich, da "bei uns eine Wahl die Wahl eines Regimes oder politischen Systems ist und nicht die des einen oder anderen Bewerbers".⁵³ Insofern agierten die Konzerne mit ihrem Medienengagement und dem Bedienen des "Public Service" im Rahmen der "politisch-ökonomischen Rationalität."⁵⁴

⁵⁰ Chr. Freeland, J. Thornhill, A. Gowers, Moscow's Group of Seven, in: FT, 3.11.1996.

⁵¹ Ebd.

⁵² V odnoj uprjažke s finansovym kapitalom (Interview mit R. Narzikulov), in: NG, 16.12.1996; s. a. Svoj sredi oligarchov (Interview mit S. Šapoval), in: NG, 3.6.1998.

⁵³ Ebd.; NG, 16.12.1996.

⁵⁴ Ebd.

Vor allem im Westen wird im Hinblick auf die Motive der in "demokratische", prinzipiell systemtreue Medien investierenden Konzerne in Rußland sinngemäß oft behauptet: "Investitionen in die Politik bringen in Rußland übrigens nach wie vor die größten Gewinne"⁵⁵: So habe die Präsidentenwahl der MOST-Gruppe "Supergewinne" gesichert.⁵⁶ NTV sei für die Leistungen bei der Wiederwahl Jelzins speziell gefördert worden, indem diesem Sender ein eigener TV-Kanal zur Verfügung gestellt worden sei.⁵⁷ In ähnlicher Weise wird über Beresowskij bzw. "LogoVAZ" behauptet: "Nach dem Jelzin-Sieg wurde 'LogoVAZ' der Zugang zu Haushaltsmitteln garantiert", – weil ORT (zu 51% in staatlichem Besitz, 8% hält "LogoVAZ")⁵⁸ die wichtigsten propagandistischen Projekte in der Wahlkampagne von Jelzin umgesetzt habe, wobei u.a. die Programmpolitik unter der Kontrolle von Beresowskij stehe.⁵⁹ Bei solchen Feststellungen über die Gewinnträchtigkeit des Engagements dieser Medien für das Regime, die mehr oder minder zutreffen mögen, gerade aber im Fall von Beresowskij wegen seiner nur 8% ORT-Anteile gegenüber 51% staatlichen Anteilen doch eher fragwürdig sind, schwingt vorwurfsvoll mit, die Konzerne hätten *nur* wegen dieses Gewinns via Medien in die Politik investiert, sie seien käuflich und hätten ihre Programmpolitik nur um des Geldes willen und sonstiger von den Mächtigen gewährter materieller Vorteile in deren Dienst gestellt. Hier wird absichtsvoll übersehen, daß diese "Investitionen" durchaus nicht nur vordergründig wegen zu erwartender materieller Vorteile getätigt wurden, sondern um durchaus im Eigeninteresse der Konzerne die Rückkehr eines anderen Systems zu verhindern, das mit den Konzernen auch die noch immer unvollkommene Medienfreiheit in Rußland als viel zu frei beseitigt hätte. Zum anderen wird übersehen, daß diese Konzerne – insbesondere gilt dies für die Media-MOST und "LogoVAZ" – geradezu programmatisch an der Unabhängigkeit der von ihnen "kontrollierten" Medien interessiert sind (s.u. S. 21ff; 36f.).

II.2.1.3 Medienbeteiligungen im Hinblick auf Duma- und Präsidentschaftswahlen im Jahr 1999 und 2000

Beim Präsidentschaftswahlkampf 1996 ging es in der Stichwahl um die Alternative: Rückfall in die KP-Vergangenheit unter Sjuganow oder Fortführung der mühsamen Reformpolitik unter Jelzin. Hätte es diese Systemfrage nicht gegeben, so hätten sich die Medien nicht so für Jelzin engagiert und es wäre Jelzins Wahlstrategen auch mit noch größerem finanziellen Aufwand kaum gelungen, ihn zum Sieg zu führen. Jelzin wurde gegenüber einer KP-Herrschaft unter G. Sjuganow letztlich als das "kleinere Übel" von den Medien gestützt und in der Stichwahl von einer deutlichen Mehrheit gewählt. Offenbar veranlassen auch die herannahenden Termine für die Wahl der Staatsduma (Ende 1999) und vor allem die des Präsidenten (Mitte 2000) die Medien-Investoren schon heute zu entsprechenden Überlegungen und Vorkehrungen, zumal der Moskauer Oberbürgermeister Ju. Luschkow 1997 mit der Gründung der nationsweit sendenden TV-Gesellschaft "TV-Centr" offenbar schon einen entschei-

⁵⁵ M. Karaulnik, "Wer kontrolliert den Medienmarkt in Rußland", in: Wostok, 1, 1997, S. 9.

⁵⁶ Ebd.

⁵⁷ All the news, that fits, in: The Economist, 15.2.1997, S. 29.

⁵⁸ S.o. S.10.

⁵⁹ Karaulnik, cit. loc.

denden Schritt im Hinblick auf seine eventuelle Präsidentschaftskandidatur getan hat.⁶⁰ Ob die Fronten im Jahr 2000 bei der dann wohl auch zu erwartenden Stichwahl ebenso klar sein werden wie bei der Systemwahl 1996, scheint angesichts u.a. der zunehmenden Profillosigkeit der Kommunisten und ihrer Sympathieverluste in letzter Zeit sowie des unsteten Sterns von A. Lebed fraglich.⁶¹ Es scheint vielmehr möglich, daß die beiden Spitzenpositionen von Vertretern des Reformlagers, das sich differenziert, gebildet werden. Dem damaligen Chef der Oneksimbank, W. Potanin, wurden als Motiv für die Beteiligung an "Izvestija" (22%) und "Komsomol'skaja pravda" (20%) bereits Ambitionen auf das Präsidentenamt unterstellt.⁶² Selbst wenn dies überzogen erscheint, so sind doch die Beteiligungen an den beiden – noch – erfolgreichsten Moskauer Tageszeitungen und die Gründung der zu 100% der Bank gehörenden neuen Zeitung "Russkij telegraf"⁶³ auch im Hinblick auf die Unterstützung eines bestimmten Präsidentschaftskandidaten zu sehen. Wenn schon 1997 "die Vorbereitung zur Herausgabe weiterer neuer Blätter auf Hochtouren"⁶⁴ lief ("Nacional'naja gazeta", "Delo", "Kur'er" ["Nacional'nyj kur'er"], "Delovoj vtorik", angeblich eine weitere Tageszeitung auf der Basis der "Moskovskie novosti")⁶⁵, so stehen dahinter wohl kaum vordergründig kommerzielle Interessen der Investoren, da auf dem engen Moskauer Markt schwerlich Profite zu machen sind. Es handelt sich auch hier wohl eher um Vorbereitungen der Investoren auf die Präsidentschaftswahl: Mit eigenen Blättern könnten sie problemloser ihre Wunschkandidaten unterstützen als mit Hilfe von bereits existierenden Blättern, an denen sie nur Anteile besitzen: "Einigen politiknahen Finanziers und Industriellen scheint es einfacher, neue Publikationen aufzumachen, als 'traditionelle' aufzukaufen."⁶⁶

Während in den meisten Fällen noch nicht klar ist, für wen sich diese Medien bei den künftigen Wahlen einsetzen werden, hat der Media-MOST-Chef W. Gussinskij schon seine "maximale" Unterstützung für "Jabloko" bei der Dumawahl 1999 angekündigt (s.u. S. 22).

II.2.2 Kommerzielles Interesse von Großunternehmen und Banken an Medien

Hinter dem als "politisch motiviert" bezeichneten Medienengagement von Großunternehmen und Banken steht deren völlig normales unternehmerisches Interesse, mit Hilfe der Medien ihre wirtschaftliche Blüte und ihren Profit in einem günstigen politisch-ökonomischen Umfeld zu fördern. Sie haben aber nicht nur den *indirekten* Nutzen aus Medienbeteiligungen –

⁶⁰ A. Kačkaeva, I. Petrovskaja, Govorit i pokazyvaet Lužkov, in: Kommersant 21, 1997, S. 40-42; A. Zolotov, The country gets new television and the mayor gets control, in: Russia Review, 30.6.1997, S. 33; M. Anikeeva, Měr Moskvj zanjalsja remontom "tret'ej knopki", in: KPr, 16.5.1997; Boris Višnjak: my ne lužkovskij i ne predvybornyj kanal, in: Kommersant-daily, 25.7.1997;

⁶¹ Vgl. D. Kuzin, S. Migdisova, E. Petrenko, Nadeždy i razočarovanija rossijan, in: Vlast', 5, 1997, S. 44-52; D. Kuzin, E. Petrenko, Esli by vybory byli by sejčas, in: Vlast', 6, 1997, S. 11-16.

⁶² T. Koškareva, R. Narzikulov, Stanet li Potanin prezidentom Rossii?, in: NG, 29.7.1997.

⁶³ K. Vance, Potanin's master plan, in: Russia Review, 2, 1998, S. 11-13, hier S. 12.

⁶⁴ V. Razuvaev, cit. loc.

⁶⁵ Ebd.; G. Ruderman, I. Škarnikova, K. Nikolaev, V. Gendlin, Gazet po oseni čitajut, in: Den'gi, 28, 1997, S. 32-36. (Das Projekt "Nacional'nyj kur'er" wurde mittlerweile auf unbestimmte Zeit verschoben); zu nennen wären außerdem u.a.: "Russkij telegraf", "Novye 'Izvestija'; s.a. A. Minkin v roli glavnogo redaktora "Lic", in: OG, 21.-27.8.1997, S. 12.

⁶⁶ V. Razuvaev, cit. loc.

Erhalt und Festigung eines günstigen Umfelds (Demokratie, private Marktwirtschaft) – im Auge, sondern sie betrachten ihre Medienbeteiligungen wie auch Beteiligungen am Kommunikationswesen heute zunehmend direkt und ganz kommerziell als Einstieg in einen mittel- und langfristig expandierenden gewinnträchtigen Markt.

Vor dem Hintergrund weltweiter Gewinnerwartungen für Anlagen im Medien- und Kommunikationsbereich sind die seit 1996 häufiger werdenden Äußerungen russischer Industrie- und Finanzvertreter über ihre kommerziellen Anlagemotive wohl nicht mehr nur als Ablenkungsmanöver zur Tarnung weitergehender politischer Interessen zu interpretieren. M. Koshokin, stellvertretender Verwaltungschef der Onexsimbank, die 20% Anteile der AG "Komsomol'skaja pravda" treuhänderisch als Pfand für einen 20 Mio. US-\$-Investitionskredit⁶⁷ übernahm, nennt diese Zeitung etwa ein "normales Geschäft"⁶⁸ und das Zeitungsgeschäft "attraktiv".⁶⁹ "Das ist für uns ein normales Investitionsprojekt. Es ist ein langfristiges Projekt. Die Investitionsgelder sind langfristig, und sie sind billig. Das Hauptprinzip ist die Rückzahlbarkeit der Gelder".⁷⁰ Koshokin zeigte sich überzeugt, daß die Gelder wieder zurückfließen, da die Sungorkin-Gruppe (Sungorkin ist Verwaltungschef der Gruppe "Segodnja" – nicht zu verwechseln mit der gleichnamigen Zeitung –, die 76% der Anteile der AG "Komsomol'skaja pravda"⁷¹ hält) "ein recht rationales, durchdachtes und sinnvolles Leitungssystem" geschaffen habe und zudem "in der KPr ein ökonomischer Aufschwung zu beobachten ist".⁷²

Der stellvertretende Vorsitzende des Direktorenrats der Menatep-Bank, L. Newslin, formulierte eine allgemeine sehr positive Erwartung der Medieninvestoren auf Gewinn: "In der langfristigen Perspektive können die Informationsmedien zu einem attraktiveren Objekt für Kapitaleinsatz werden als die Industrie."⁷³ Auch die von Lukojl vor dem Streit mit der "Izvestija"-Redaktion geplant gewesenen Investitionen in weitgehende regionale Entwicklungsprogramme sollten der Zeitung in Rußland mehr Gewinnchancen bringen.⁷⁴ Lukojl-Präsident W. Alekperow erklärte im Zusammenhang mit den Meinungsverschiedenheiten zwischen "Izvestija" und Lukojl, Lukojl habe beim Einstieg in dieses Geschäft lediglich auf Gewinn gehofft.⁷⁵ "Wenn wir die 'Izvestija' politisch hätten beeinflussen wollen, so hätten wir direkt und nicht über den Fonds (d.h. den Lukojl-Pensionsfonds 'Lukojl-Garant') investiert. Wir haben uns kein einziges Mal in die Angelegenheiten der Zeitung eingemischt"⁷⁶ – eine Behaup-

⁶⁷ Siehe: Po materialam ITAR-TASS, in: Sg, 21.3.1997; Rukovodstvo "Komsomolki" – za sojuz s Gazpromom, in: NG, 21.3.1997.

⁶⁸ Zit. bei M. Whitehouse, Buying the media – who's behind the written word, in: Russia Review, 21.4.1997, S. 6; ebenso ITAR-TASS, in: Sg, 21.3.1997 und der stellvertr. Leiter des Onexsimbank-Pressedienstes V. Šapka, s. Kto pytaetsja kupit' "Komsomolku"?, in: RG, 19.3.1997.

⁶⁹ Po materialam ITAR-TASS, in: Sg, 21.3.1997.

⁷⁰ Siehe O. Trubeckoj, Radi neskol'kich akcij v gazete, in: Kommersant, 15, 1997, S. 32.

⁷¹ Ebd., S. 32.

⁷² Ebd.

⁷³ Zit. bei G. Ruderman u.a., Gazet po oseni čitajut, in: Den'gi, 28, 1997, S. 32.

⁷⁴ O. Trubeckoj, cit. loc., S. 30.

⁷⁵ Zit. bei A. Kašulinskij, Plochie "Izvestija" dlja pensionerov "LUKojla", in: Sg, 8.4.1997.

⁷⁶ Ebd. Die Äußerung bezieht sich auf die Zeit vor dem 1.4.1997; s.u. S. 28ff.

tung, die auch von der "Izvestija" nicht bestritten wurde und das kommerzielle Interesse von Lukojl betont. In gleicher Weise äußerte sich auch der Lukojl-PR-Chef, A. Wassilenko.⁷⁷

II.2.2.1 Bildung von Medienholdings durch Fremdfirmen

Ein Konflikt zwischen Anlegern und Redaktionen kann sich in Zukunft allerdings gerade aufgrund des ökonomischen Erfolgs von Zeitungen ergeben. Die Redaktionen werden vermutlich versuchen, von den Investoren finanziell unabhängig zu werden und selbst wieder die Anteilsmehrheit zurückzuerwerben bzw. Pfandkredite einzulösen. Umgekehrt ist aber auch denkbar, daß die Großanleger ihre Beteiligungen an Medien/Zeitungen aus Lobbyismus- und Profitüberlegungen ausbauen und eigenständige Medienholdings bzw. eigene Medienkonzerne unter ihrer Oberaufsicht für ihre Beteiligungen anstreben. So hat die Oneksimbank ihre Medienbeteiligungen im Herbst 1997 in einer eigenen Holding "Prof-Media" zusammengefaßt, und zwar mit dem erklärten Ziel, Gewinn zu machen.⁷⁸ Soweit die Bank noch keine Sperrminoritäten bei ihren Medienbeteiligungen erreicht hat, könnte es ihr Ziel sein, ihre Anteile nach Möglichkeit aufzustocken und sie nicht lediglich als Spekulationsobjekte zu verwenden, wie etwa W. Gussinskij glaubt.⁷⁹ Der Umstand, daß Oneksimbank ausreichende finanzielle Möglichkeiten hat, auch neue Zeitungen/Medien – wie z.B. 1997 die Zeitung "Russkij telegraf" – ins Leben zu rufen, spricht für ein dauerhaftes Interesse an Medien, das in der Konsequenz auch nach einer stabilen Organisationsform verlangt. Ein Beispiel für die Tendenz zur Zusammenfassung solcher Beteiligungen ist auch die Anfang 1998 gegründete Gasprom-Medienholding, die alle Gasprom-Medien(beteiligungen), die es vor allem in der Provinz in Gebieten mit Gasprombetrieben gibt, zusammenfassen soll. Auch hier soll in Zukunft – nachdem Gasprom jahrelang in Medien nur investiert hatte – der kommerzielle Gewinn im Vordergrund stehen.

Am konsequentesten ist W. Gussinskij bei der Orientierung auf Gewinn vorgegangen: Der vormalige Präsident der MOST-Bank und vormalige Generaldirektor der MOST-Gruppe ließ Anfang 1997 alle Medienbeteiligungen der MOST-Gruppe an die neue Holding Media-MOST verkaufen. Zugleich wechselte er als Generaldirektor zur "Media-MOST", um sich ganz seinen Medien widmen zu können.⁸⁰ Gussinskij erwartete von diesem Schritt einen besseren finanziellen Erfolg der MOST-Medien und zugleich die Vermeidung möglicher Interessenkonflikte zwischen diesen Medien und den sonstigen Gesellschaften der MOST-Gruppe.⁸¹

Maßgebend für W. Gussinskij's massiven Einstieg in das Mediengeschäft war die Einstellung, daß Medien auch in Rußland profitabel arbeiten können, sofern sie journalistisch unabhängig

⁷⁷ Zit. bei I. Prozorov, Predstavitel' "LUKojla" otkazyvaetsja ot roli cenzora, in: NG, 22.4.1997; ähnliches Zitat bei O. Trubeckoj, cit. loc., S. 32.

⁷⁸ Gazeta-dubina sebja isčerpala (Interview mit dem Vizepräsidenten der Oneksimbank), in: MN, 9, 1998, S. 26-27.

⁷⁹ Vladimir Gussinskij: Čubajs dlja menja ne vice-prem'er, a konkurent, in: Kommersant, 3, 1998, S. 16-18, hier S. 18.

⁸⁰ OMRI DAILY DIGEST, No. 19, Part I, 28.1.1997 (nach ITAR-TASS und AFP). Vgl. auch: Jedem Gast eine Uhr, in: Der Spiegel, 6, 1997, S. 138.

⁸¹ OMRI DAILY DIGEST, cit. loc.; Vladimir Gusinskij: ja ne fanat televidenija, ja fanat zarabatyvanija deneg (Interview V. Dorofeevs mit V. Gusinskij), in: Kommersant, 6, 1997, S. 10-13.

sind. Ihre politische Unabhängigkeit haben die MOST-Medien, vor allem die Zeitungen "Segodnja", der TV-Sender "NTV", der Rundfunksender "Ècho Moskvj" mit ihrer kritischen Haltung zum Tschetschenien-Krieg, aber auch schon vorher, deutlich bewiesen. Einen scheinbaren Bruch gab es, als die MOST-Medien im Präsidentschaftswahlkampf 1996 (wie übrigens alle "demokratischen" Medien) zumindest bei der Stichwahl Jelzin unterstützten und der damalige NTV-Präsident I. Malaschenko sogar Wahlberater des Präsidenten wurde. Dieser Schritt entsprach der Überzeugung, daß alles getan werden müsse, um Sjuganow als Präsident zu verhindern.

Die Tatsache, daß W. Kostikow seit Anfang Juli 1997 als Stellvertreter des Generaldirektors (W. Gussinskij) von "Media-MOST" fungiert, zeigt aber sehr deutlich – und soll dies zeigen –, daß Gussinskij und "Media-MOST" nach der Unterstützung Jelzins im Wahlkampf 1996 Unabhängigkeit auch gegenüber Jelzin und seiner Administration nicht nur demonstrieren, sondern auch praktizieren, denn W. Kostikow hat sich 1997 als einer der schärfsten Jelzin-Kritiker profiliert: Er mußte als Sprecher des Präsidenten ausscheiden, nachdem er Jelzin öffentlich als unersättlich machtbesessen bezeichnet hatte.⁸²

Der Unabhängigkeitskurs Gussinskis (bzw. der MOST-Gruppe) gegenüber Exekutive und Legislative hat sich ökonomisch ausgezahlt. "Es unterliegt keinem Zweifel, daß in der von Wladimir Gussinskij gegründeten Mediengruppe das Potential existiert, die hier vereinten Medien von einer für den Finanzspender beschwerlichen Last in eine selbständige, gewinnbringende Struktur umzugestalten. Es gibt allen Grund zu der Annahme, daß sich alles in diese Richtung entwickelt."⁸³ Die Verselbständigung der Mediengruppe als Media-MOST und deren seitheriger Ausbau bestätigt diese Prognose. Die Expansion der Holding machte 1998 die Bildung zweier Unterholdings nötig: "Sem' dnej" (für Printmedien, Chef: D. Birjukow) und die "NTV-Holding" (für EM, Chef: I. Malaschenko).⁸⁴

Gussinskij geht es aber nicht nur vordergründig um kommerziellen Erfolg, sondern um die Absicherung der demokratisch-rechtsstaatlichen Entwicklung Rußlands mit Hilfe und zum Nutzen freier Medien als deren Konstituens und Garant: "Offene Information ist das einzige Mittel, um einen Rückfall in den Totalitarismus abzuwenden."⁸⁵ Nach W. Kostikow ist Media-MOST das "Produkt der Anstrengungen von russischen Intelligenzija-Angehörigen", denen das Prinzip des Gemeinwohls immer teuer gewesen sei. Wichtigste gesellschaftspolitische Aufgabe der Holding sei in diesem Sinne die Entwicklung der Freiheit des Wortes. "Rußland wird ein demokratischer Staat mit gut entwickelten sozialen Einrichtungen sein". Media-MOST will dazu mit anderen, auch staatlichen, Mediengesellschaften zusammenarbeiten und Tendenzen entgegenwirken, die die Entwicklung einer freien Bürgergesellschaft behindern. Das Vertrauen, das die Medien neben einigen wenigen anderen Instituten (Armee,

⁸² Vgl. V. Kostikov, *Roman s prezidentom*, Moskau 1997.

⁸³ I. Zasurskij, cit. loc., S. 34.

⁸⁴ Vgl. *Svoj sredi oligarchov* (Interview mit I. Malašenko), in: NG, 3.6.1998.

⁸⁵ *Jedem Gast eine Uhr*, in: Der Spiegel, 6, 1997, S. 138.

Kirche) – noch – genießen, müsse erhalten und ausgebaut werden.⁸⁶ "Daran, wie die MOST-Gruppe ihre Teilhabe an Massenmedien affiziert, kann man die Handschrift des strategischen Investors erkennen, der den Eigenwert des sich bildenden Informations-'Imperiums' begreift."⁸⁷

Es ging Gussinskij von Anfang an vorrangig um die oben umrissenen allgemeinspolitischen Ziele, deren Umsetzung erst das richtige Fundament für ökonomischen Erfolg schafft. Politisch (und persönlich) steht Gussinskij dem Jabloko-Leiter und Vorsitzenden der Jabloko-Fraktion in der Duma, G. Jawlinskij, nahe. Gussinskij will Jawlinskij und seine Bewegung, der bei den nächsten Duma-Wahlen wegen ihrer unbestechlich unabhängigen Haltung gute Chancen eingeräumt werden, "maximal"⁸⁸ unterstützen.

Der Unterschied der "Firmenphilosophie" der "Media-MOST"-Holding sowohl zu der anderer eigenständiger Mediengruppen ("Kommersant", "Ėkonomika i žizn'", "Argumenty i fakty", "Komsomol'skaja pravda-Segodnja", "Moskovskij komsomolec") wie zu der in Medien investierender Fremdfirmen ist indes nicht prinzipieller, sondern gradueller Art: Bei diesen wird der Profitaspekt sehr viel stärker betont. Die demokratischen Rahmenbedingungen gelten ihnen schon als selbstverständliche, nicht mehr besonders zu fördernde Geschäftsgrundlage. Das inzwischen mit den Medienbeteiligungen verknüpfte Gewinndenken der anderen Investoren, das ein Zeichen der Normalität ist, charakterisiert Gussinskij: "Ich kenne nichts, was die Oneksimbank nicht für einen erfolgreichen Weiterverkauf kaufen würde."⁸⁹

II.2.2.2 Bildung von (potentiell) unabhängigen Presse(Medien)-Konzernen

Die letzten Jahre haben gezeigt, daß Zeitungen, die aus eigener Kraft oder mit fremder Hilfe die Krisenjahre 1992-1996 überlebt haben, auch ihrerseits die Tendenz zeigen, sich zu größeren Presse- und Medienkonzernen auszuweiten. Das deutet darauf hin, daß für sie das Presse- bzw. Mediengeschäft und nicht Politlobbyismus im Vordergrund steht, was aber keineswegs politische Beliebigkeit bedeutet. Es entstehen – westlichen Verhältnissen vergleichbar – politisch nur in der allgemeinen Tendenz bestimmbar, aber nicht bestimmten politischen Kräften dauerhaft zuzuordnende Pressekonzerne mit einem Hauptblatt und einer Palette von Nebenblättern, mit denen weitere Leserschichten erschlossen und Werbeeinnahmen stimuliert werden. In der Konsequenz zielt dies auf völlige ökonomische Selbständigkeit (oder auf eine Anteilstreuung, die Fremdeinflüsse minimiert). Diese Entwicklung wird vom Media-MOST-Konzern sehr deutlich illustriert (s.o.). Während Gussinskij jedoch seinen Medienkonzern mit Hilfe der von ihm geleiteten MOST-Bank und der MOST-Gruppe aufbaute und ihn nach Erreichen der finanziellen Unabhängigkeit auch in die unternehmerische Selbständigkeit führte, haben einige Presseleute es geschafft, Pressekonzerne weitgehend aus eigener Kraft aufzu-

⁸⁶ Vjačeslav Kostikov pomožet demokratičeskoj integraciji, in: Sg, 4.7.1997; V. Kuznecov, Kul'tura i pivo. Vjačeslav Kostikov snova rabotaet s pressoj, in: OG, 27, 1997, S. 12; P. Dejničenko, "Media-MOST" zago-rovit golosom Kostikova, in: Kuranty, 27, 1997, S. 21.

⁸⁷ I. Zasurskij, cit. loc., S. 33.

⁸⁸ Vladimir Gusinskij: Čubajs dlja menja ne vice-prem'er, a konkurent, in: Kommersant, 3, 1998, S. 16-18, hier S. 18.

⁸⁹ Ebd. S. 18.

bauen. An erster Stelle ist hier der aus dem seit 1990 erscheinenden Wirtschaftsblatt "Kommersant" hervorgegangene gleichnamige Konzern ("Verlagshaus") "Kommersant" zu nennen, der heute die Publikationen "Kommersant" (wöchentlich, heute "Kommersant Vlast"), die Tageszeitung "Kommersant-daily" mit der Beilage "Kommersant-rejting", ferner "Den'gi", (jetzt: "Kommersant-Den'gi"), die Zeitschriften "Domovoj" und "Avtopilot" herausgibt. Das Verlagshaus konnte sich anfangs zwar nur dank Krediten der "Stoličnyj Bank Sbereženij" (SBS) entwickeln, hat diese Kredite aber schon 1996 zurückgezahlt. Der Konzern – bis 1998 eine AG geschlossenen Typs "Verlag Kommersant" – ist laut Generaldirektor L. Miloslawskij heute "wohl fast der einzige unabhängige Pressekonzern Rußlands".⁹⁰ Die Objektivität und Unabhängigkeit der Konzernpublikationen wird durch eine strenge Trennung der kommerziellen und redaktionellen Sphäre und durch ebenfalls sehr stenge redaktionelle Richtlinien und innerredaktionelle Kontrollverfahren weitgehend gewährleistet⁹¹, was den Publikationen allgemeine Anerkennung und einen wichtigen Leserkreis in der politisch-ökonomischen Elite eingetragen hat.⁹²

Ein weiteres Beispiel ist das Verlagshaus "Èkonomika i žizn". Es entstand aus dem gleichnamigen Organ des ZK der KPdSU, das 1991 vom Redaktionskollegium übernommen und von ihm als Begründer herausgegeben, schließlich in eine AG geschlossenen Typs umgewandelt wurde. Das Blatt überlebte dank planmäßiger Sparsamkeit, durchgreifender Rationalisierungen, wirtschaftlicher Eigenverantwortung der Abteilungen und über 25 neugegründeten spezialisierten Tochterunternehmen mit eigenen ökonomischen Spezialpublikationen, Beratungs- und Schulungsdiensten etc., deren führende Journalisten und Fachleute für die zentrale Zeitung des Unternehmens hochqualifizierte Beiträge auf vertraglicher Basis liefern. Die Tochterunternehmen profitieren von ihrer ökonomischen Selbständigkeit, das Verlagshaus und sein gleichnamiges Flaggship von der Qualifikation der Mitarbeiter in den Tochterunternehmen. Dieses Modell machte das Haus ökonomisch erfolgreich, finanziell von Fremdkapital unabhängig und damit auch redaktionell völlig unabhängig. Der Generaldirektor und Chefredakteur von "Èkonomika i žizn", Ju. Jakutin, ist überzeugt, daß nicht nur ökonomische Blätter nach diesem Modell unabhängig und erfolgreich arbeiten könnten.⁹³

Ein großer Pressekonzern hat sich auch um die 1980 gegründete Wochenzeitung "Argumenty i fakty" (AiF) gebildet, die in der Perestrojka-Zeit die 20-Mio.-Auflagengrenze überschritt und auch heute noch – im Gegensatz zu vielen anderen zentralen Blättern – in ganz Rußland verbreitet ist. Zur AiF-Gruppe gehören heute eine Reihe von Massenblättern ("AiF-Zdorov'e", "AiF-Ja molodoj", "Art-Fonar", die Wirtschaftswochenzeitung "Interfaks-AiF"). Das Haupt-

⁹⁰ Siehe Kommersant, 1, 1997. (Dieses Heft ist dem Verlagshaus "Kommersant" und seiner Unternehmenspolitik gewidmet.) R. Artem'ev (Chefredakteur von "Kommersant Vlast"), Vse v našej "Vlasti", in: Kommersant Vlast', 40-41, 1997, S. 7; Vladimir Jakovlev: kto naš edinstvennyj zakazčik? (Interview mit dem Präsidenten des Verlagshauses), ebd., S. 8-9; Izdatel'skomu domu "Kommersant" – 8 let, in: Kommersant 46, 1997, S. 54-55.

⁹¹ Izdatel'skij dom "Kommersant". Podrobnosti, in: Mass-Media, N7, verbreitet von: Nacional'naja služba novostej (NSN), 21.11.1997, <http://www.nns.ru/smi/mmedia/prill/2.html>.

⁹² Čto by vy delali bez "Kommersanta"?, in: Kommersant 40-41, 1997, S. 4-5; Vstreča s čitatelem, ebd., S. 10.

⁹³ Ju. Jakutin, Nezavisimost' i процветание. Edinstvo vozmožno, in: Žurnalist, 2, 1997, S. 2-5.

blatt AiF gibt in den größeren Zentren, auch in Moskau, Regionalbeilagen heraus, die das Blatt für den Regionaleser und die regionalen Reklamegeber interessant machen. "Die Gruppe kennzeichnen eine feste Position, eine beständige Auflage von einigen Millionen und eine unabhängige politische Linie."⁹⁴

Die mit Gewinn arbeitende Gruppe "Segodnja"- "KPr" ("Segodnja" nicht zu verwechseln mit der gleichnamigen Tageszeitung des Media-MOST-Konzerns) hat angeblich die festeste Position auf dem Markt der Provinzpresse.⁹⁵ Die zu dieser Gruppe gehörende AG geschlossenen Typs "Komsomol'skaja pravda" gibt vor allem die gleichnamige Hauptzeitung des Konzerns heraus. Ihre Auflage lag 1996 bei 1,2 bis 1,4 Mio., die der Wochenendausgabe bei 2,5 Mio. Exemplaren. 20% der Anteile wurden im März 1997 als Pfand für einen 20 Mio. US-\$-Investitionskredit der Oneksimbank überlassen. 76% Anteile kontrolliert die Gruppe "Segodnja". Der Rest verteilt sich auf verschiedene kleinere Aktionäre. Die Gruppe "Segodnja", deren Besitzer die gleichen natürlichen und juristischen Personen wie die der AG "KPr" sind, hat Anteile an ca. 40 Moskauer und regionalen Tochterfirmen der AG "KPr", die die "KPr" mit Regionalbeilagen und regionalen TV-Programmen sowie die Beilage "Vabank" und "Èkstra-KP" drucken. Die Gruppe "Segodnja"- "KPr" gibt außerdem eine Reihe anderer Publikationen heraus. Die monatliche Gesamtauflage aller Publikationen der Gruppe "Segodnja"- "KPr" erreichte 1996 50 Mio. Exemplare. Der Bilanzgewinn 1996 betrug 30 Mrd. (alte) Rubel (ca. 6 Mio. US-\$), der Umsatz aller zur Gruppe gehörenden Unternehmen 0,7 Trillionen Rubel.⁹⁶ Der von der Oneksimbank gewährte Investitionskredit soll in drei bis fünf Jahren erwirtschaftet und wohl zurückgezahlt werden.⁹⁷ Die Gruppierung befindet sich demnach auf dem besten Weg zur vollständigen Unabhängigkeit.

Ein weiterer Konzern entsteht auf der Basis der von P. Gussew geleiteten populären Zeitung "Moskovskij komsomolec" (MK), einem kritikfreudigen, reißerischen Massenblatt. Die Gesellschaft wird als "eine der festesten und fundiertesten auf dem Pressemarkt" eingeschätzt⁹⁸, als "eines der leuchtendsten Beispiele dafür, was sich eine Publikation erlauben kann, deren Massenaufgabe ihr Reklame(-einnahmen – P.H.) sichert, die sie für politische Einmischung unangreifbar machen".⁹⁹ "MK" expandierte mit einer Tageszeitung in St. Petersburg auf der Basis des von "MK"-Chefredakteur P. Gussew erworbenen Aktienkontrollpakets der dortigen Boulevard-Wochenzeitung "Čas pik"¹⁰⁰, gibt die Reklamezeitung "Naša marka" und die Zeitschriften "Delovye ljudi" sowie "V novom svete" heraus.

Ähnliche Strukturen (Aufbau eines Pressekonzerns ausgehend von einem eingeführten Blatt durch Erweiterung/Neugründung regionaler und themen- bzw. schichten-spezifischer Toch-

⁹⁴ I. Zasurskij, cit. loc., S. 36.

⁹⁵ Ebd. S. 36.

⁹⁶ Siehe I. Zasurskij, cit. loc., S. 36; O. Trubeckoj, Radi neskol'kich akcij v gazete, in: Kommersant, 15, 1997, S. 29-32.

⁹⁷ O. Trubeckoj, cit. loc., S. 32.

⁹⁸ I. Zasurskij, cit. loc., S. 36.

⁹⁹ Ebd.

¹⁰⁰ Diese Transaktion war allerdings ein Fehlschlag, vgl. M. Klimova, "Peterburgskij čas pik": Èlit klassik, in: NG, 21.1.1998.

terfirmen mit eigenen Publikationen) bilden sich auch auf der Basis anderer Blätter – z.B. "Moskovskaja pravda", "Večernjaja Moskva"¹⁰¹, "Literaturnaja gazeta", – wobei der Anteil des Fremdkapitals mitunter noch beträchtlich sein kann: Die Menatep-Bank hält z.B. 70% des auf der Basis der "LG" gegründeten Konzerns "Russkij izdatel'skij dom"¹⁰²; die Städtische Bank Moskau hält die Aktienmehrheit bei "Večernjaja Moskva".¹⁰³ Eine etwas exotische Stellung auf dem russischen Medienmarkt nimmt die expandierende, zum großen Teil mit ausländischem Kapital finanzierte Gruppe "Independend Media", ein, die sich mit ihrer Tochterfirma "Independend Press" auf die Herausgabe englischsprachiger Originalpublikationen und russischer Versionen vorwiegend angloamerikanischer Zeitschriften spezialisiert hat.¹⁰⁴

Die Entwicklung eigenständiger Pressekonzerne in Rußland zeigt, daß nur journalistische Qualität und Rücksicht auf Leser interessanten ökonomischen Erfolg versprechen, nicht aber politische Fernsteuerung der Presse. "Alle auf dem Gebiet der Massenkommunikation in kommerzieller Hinsicht erfolgreichen Unternehmen vereint das Streben, die Funktionen moderner Massenmedien so voll und verantwortlich wie nur möglich wahrzunehmen. Die genannten und andere Pressegruppen, die den Großen der Konzentration an Umfang nachstehen, weisen den Weg, auf dem sich die Entwicklung der russischen Presse vollziehen wird: es ist der Weg der Bedeutungsminderung des politischen Ränkespiels und der vollständigeren Geltendmachung der Leserinteressen."¹⁰⁵

III. Können und wollen Fremdfirmen die Rolle einer regierungsamtlichen Medienkontrolle übernehmen?

Der Einstieg von Großfirmen und Banken in den zentralen Moskauer Pressemarkt hatte bis 1997 noch zu keinen prinzipiellen Konflikten mit den Redaktionen geführt. Im allgemeinen hielten sich die Firmen/Banken an ihre Nichteinmischungszusagen. Zur Einmischung bestand auch kaum Anlaß, da die "gekaufte" Presse recht unpolemisch über die Entwicklungen bei Großindustrie und Kapital berichtete. Nicht unmittelbar von den Fremdfirmen war demnach eine Beschneidung der Unabhängigkeit zu erwarten, sondern – abgesehen von der Legislative – allenfalls von seiten der Exekutive, die im Lauf der letzten Jahre eine zunehmende Gereiztheit gegen die demokratische Presse entwickelte: Diese beleuchtete die Politik des Präsidenten und der Regierung als der Hauptverantwortlichen für die Mißstände und Fehlentwicklungen im Lande (aber auch die Legislative) seit Jahren äußerst kritisch, obgleich sie andererseits "die Hauptstoßkraft war, die die Reformen durchzuführen gestattete (und) Jelzin bei den Wahlen machtvoll unterstützte":

Doch die Massenmedien haben viel dazu beigetragen, um anfangs Gajdar, dann Tschubajs – die beiden russischen Hauptreformer – zu diskreditieren. Ohne Ende schlägt die Presse auf den Präsidenten ein, auf den Premier. Die populären Zeitungen "Moskovskij komsomolec", "Kom-

¹⁰¹ I. Zasurskij, cit. loc., S. 36.

¹⁰² Siehe o. S. 11.

¹⁰³ Siehe o. S. 12.

¹⁰⁴ I. Zasurskij, cit. loc., S. 36; siehe auch oben S. 9.

¹⁰⁵ I. Zasurskij, cit. loc., S. 36.

somol'skaja pravda", "Izvestija" traktieren die Macht unablässig mit und ohne Grund und setzen mitunter die phantastischsten Enten in Umlauf.¹⁰⁶

Die Zeiten, als die demokratischen Zeitungen 1996 Jelzin unterstützten, um Sjuganow zu verhindern, sind vorbei. Sie bemühen sich seither in unterschiedlichem Maß, den damaligen wohlbegründeten Sündenfall – als Propagandisten der amtierenden Machthaber aufgetreten zu sein – durch eine dezidiert kritische, aber dennoch unvoreingenommene Haltung wieder auszubügeln. Die Beziehungen zwischen der zentralen Moskauer Exekutive und der demokratischen zentralen Presse sind seither wieder gespannt. Es ist deshalb nicht verwunderlich, wenn die Exekutive die ihr noch zu Gebote stehenden wenigen Mittel einzusetzen versucht, um die demokratische Presse auch im Hinblick auf die kommenden Wahlen wieder zu größerer Loyalität zu veranlassen.

Sehr viele Mittel hat sie dafür nicht mehr: Einen direkten Zugriff auf die Presse gibt es seit dem Zensurverbot und der Entstaatlichung der zentralen Presse nicht mehr. Aber auch das Instrument der Massenmobilisierung, des in kommunistischer Zeit gängigen Appells an die "Vox populi" gegen Kritik am Staat, gegen "Schwarzmalerei", angebliche Überbetonung des Negativen, Panikmache etc. durch die demokratischen Medien konnte angesichts der schlechter werdenden ökonomischen Situation, des Tschetschenienkriegs, der wachsenden Kriminalität und Korruption nicht wirksam aktiviert werden: Nur allzu einsichtig war und ist dem Leser diese Kritik.

Das Mittel, die Presse durch Beteiligung an der Macht zu besänftigen, konnte ohnehin nur punktuell eingesetzt werden: Vor den Duma-Wahlen 1995 wurde etwa der profilierte ITAR-Tass-Chef W. Ignatenko als stellvertretender Ministerpräsident in die Regierung gebeten, und NTV-Präsident I. Malaschenko wurde 1996 Wahlberater von Jelzin. Aber der Besänftigungseffekt solcher Maßnahmen ist zweifelhaft, weil zugleich der Einfluß dieser Medienleute in der Exekutive wächst und sie gerade dort den Interessen der Medien Gewicht verleihen können.

Ein weiteres Mittel staatlicher Einflußnahme auf die Medien hat sich erschöpft: Das frühere Subventionierungssystem, das eine "bestechende" Wirkung hatte, ist aus politischen und fiskalischen Gründen abgeschafft worden. Die danach im Gesetz zur Unterstützung der Massenmedien im Dezember 1995 den Zeitungen, Verlagen, Druckereien, Vertriebsorganisationen zugesagten Steuer- und anderen geldwerten Erleichterungen laufen Ende 1998 aus. Sie waren angesichts leerer Staatskassen wohl das letzte finanzielle Geschenk des Staats an die Presse.

Ein letztes Mittel – so scheint es – ist der indirekte Druck auf die Presse über die Anteilseigner aus dem Kreis der Fremdfirmen, sofern der Staat an letzteren beteiligt ist. Zu diesen Zusammenhängen gibt es sehr pessimistische Stimmen:

Die gesamte nationale Presse gehört heute drei – vier Magnaten. Und hinter dem Rücken eines jeden flammt der unvergeßliche Tschubajts auf... Das Elend besteht darin, daß alle heutigen "Informationsmagnaten" so oder so mit den Mächtigen liiert sind. Man muß also äußerst vorsichtig

¹⁰⁶ V. Bondarev, *Ètu pressu ne udušiš', ne ub'eš'*, in: Kuranty, 18, 1997, S. 5.

über sie schreiben oder sprechen, damit man um Gottes willen seinem Investitionswohlthäter nicht schadet und nicht seinen Zorn hervorruft... Was – wie mir scheint – das Wesen dessen bestimmt, was in den Massenmedien vor sich geht, ist, daß in Rußland ein verdeckter bürokratischer Umsturz stattgefunden hat. Und der massenweise Einkauf der Zeitungen ist sein Endstadium. Wir haben uns nicht nur die Freiheit der Presse entgleiten lassen, sondern die Freiheit überhaupt.¹⁰⁷

Aber auch diese Schiene der Druckausübung läßt sich, zumal die Privatisierung staatlicher Großunternehmen weiter fortschreitet und die "Finanzoligarchen" mit ganz unterschiedlichen und gegensätzlichen Kräften und Personen in der Exekutive sympathisieren, nur noch punktuell und mit imageschädigendem Aufsehen nutzen, wie der folgende Fall zeigt.

III.1 Der "Izvestija"-Lukoil-Oneksimbank-Konflikt

Eine auf den ersten Blick erfolgreiche derartige Druckausübung kam am 1. April 1997 ins Rollen. Bis dahin waren die Beziehungen zwischen der "Izvestija"-Redaktion (einer AG offenen Typs) und dem Aktionär Lukoil bzw. dem Pensionsfonds "Lukoil-Garant" harmonisch gewesen. Aber am 1. April 1997 druckte die "Izvestija" einen kurzen Artikel aus dem Pariser "Le Monde" nach, in dem unter Berufung auf amerikanische Quellen behauptet wurde, der russische Premier W. Tschernomyrdin habe sein Vermögen in den vier Jahren seiner Amtszeit von 28 Mio. auf fünf Mrd. US-\$ vergrößert; auch halte er ein "solides Aktienpaket" von Gazprom. Tschernomyrdin ließ die Sensationsmeldung als "absolut unverzeihliche Phantasie", "unethische Tat" dementieren.¹⁰⁸ Nach einiger Polemik gegen das Dementi¹⁰⁹ relativierte die "Izvestija" indirekt die Sensationsmeldung.¹¹⁰ Lukoil-Präsident W. Alekperow reagierte verärgert auf die "Izvestija"-Publikation, denn sie hatte zu Gerüchten über Differenzen zwischen Lukoil und Tschernomyrdin geführt.¹¹¹ Er kündigte den Stop geplanter Investitionen in die "Izvestija" und den möglichen Verkauf der Lukoil(-Garant-)Anteile an (im April 1997: 41% der "Izvestija"-Aktien).¹¹²

Der Tschernomyrdin-Artikel hatte die Interessen von Lukoil offensichtlich empfindlich getroffen. Die von der "Izvestija" dafür gegebene Erklärung erscheint plausibel: Lukoil befürchtete, daß Tschernomyrdin die Zeitung als Werkzeug einer Anti-Tschernomyrdin-Kampagne betrachten und der Gesellschaft sein Wohlwollen entziehen könne. Der Unwillen des Premiers habe sich bereits darin gezeigt, daß er der Beteiligung von Lukoil an mehreren lukrati-

¹⁰⁷ P. Voščanov, V Rossii pressa byla želtoj, a stala – ryžej? Zakončilas' era svobody slova, in: Kazachstanskaja pravda, 23.4.1997 (Abdruck aus: Novaja gazeta, 14.4.1997).

¹⁰⁸ Viktor Černomyrdin ne chočet sudit'sja s "Izvestijami", in: Iz, 2.4.1997.

¹⁰⁹ Vrat' nechorošo, in: Iz, 2.4.1997.

¹¹⁰ S. Agafonov, Dostoinstva i nedostatki otkrytych slušanij, in: Iz, 5.4.1997; s.a. Beseda s vice-prezidentom AO "Redakcija gazety 'Izvestija'" Eduardom Gonzal'ezom, in: Ėkspert, 14, 1997, S. 6; vgl. auch E. Al'bac, O prave na vybor, in: NG, 22.4.1997; N. Kiričenko, T. Lysova, A. Černakov, M. Špagina, Kto ždet "Izvestija"?, in: Ėkspert, 14, 1997, S.4-7.

¹¹¹ M. Kašulinskij, Plochie "Izvestija" dlja pensionerov "LUKoil", in: Sg, 8.4.1997.

¹¹² Dazu: D. Hoffman, Russian Paper Defies Its Big-Oil-Boss, in: IHT, 23.4.1997; Ch. Freeland, Lukoil pension fund takes 20% stake in Izvestija, in: FT, 29.11.1996; A. Grigor'ev, "LUKoil" pokupaet počti 20% "Izvestij", in: Sg, 29.11.1996; I. Prozorov, Predstavitel' "LUKoil" otkazyvaetsja ot roli cenzora, in: NG, 22.4.1997.

ven Gasprom-Projekten nicht mehr zustimmen werde.¹¹³ Die "Izvestija" sah in den Vorwürfen Tschernomyrdins und in den darauf folgenden Rückzugsreaktionen von Lukojl den Versuch der politischen Zensur mit Hilfe des vom Premier abhängigen "Izvestija"-Aktionärs Lukojl.¹¹⁴

Die weiterhin unbeugsame Haltung der "Izvestija" veranlaßte Lukojl – um weitere Attacken gegen Lukojl zu verhindern –, ganz offen die Auswechslung der Führungsspitze und eine Kursänderung der Zeitung zu betreiben. Lukojl-Chef W. Alekperow machte dem "Izvestija"-Chefredakteur I. Golembiowski klar, daß Lukojl entgegen früheren Absprachen keinen Vertreter der Redaktion als Präsidenten der AG oder als Chefredakteur wolle, sondern eine von Lukojl ernannte Person.¹¹⁵ "Izvestija" sah auch hierin eine Methode, "die politische Zensur im Stil der KPdSU wiederherzustellen, da das big business bei uns im höchsten Grad von der Regierung abhängig ist."¹¹⁶ Der "Izvestija"-Kritik schlossen sich 37 Persönlichkeiten des Kulturlebens in einem offenen Brief mit äußerst scharfen Formulierungen an (u.a. "neuer Totalitarismus").¹¹⁷

Lukojl versuchte nun, die Auswechslung der "Izvestija"-Führungsspitze so schnell wie möglich zu bewerkstelligen, um den einsetzenden Strom von zum Teil sehr scharf formulierten "Izvestija"-Protest- und Enthüllungspublikationen über Lukojl¹¹⁸ schnellstens zu beenden.¹¹⁹ Der Plan von Lukojl bestand darin, zunächst eine Aktienmehrheit zusammenzubekommen und, darauf gestützt, personelle Änderungen in der AG durchzusetzen. Auf der Aktionärsversammlung am 22. April, auf der 51,3% der Stimmrechte vertreten waren (davon Lukojl 41%), scheiterte ein entsprechender Versuch, da der amtierende Direktorenrat, der nur aus "Izvestija"-Vertretern bestand, die Aktionärsversammlung in weiser Voraussicht auf den 4. Juni verschoben hatte und der auf der am 22. April dennoch abgehaltenen Aktionärsversammlung gewählte illegitime Lukojl-bestimmte Direktorenrat nach einer Entscheidung des von "Izvestija" angerufenen Schiedsgerichts nicht aktiv werden konnte. Die Auseinandersetzung zwischen Lukojl und Izvestija beruhigte sich erst, als es "Izvestija" mit Hilfe der Oneksimbank und des von dieser Bank kontrollierten Ölkonzerns "Sidanko" Mitte Mai gelang, eine

¹¹³ S. Agafonov, Schema upravedoma, ili o tom, kak v Rossii vozroždaetsja političeskaja cenzura, in: Iz, 15.4.1997; s.a. E. Al'bac, O prave na vybor, in: NG, 22.4.1997; G. Bovt, Martovskie idy gladiatora Nemcova, in: Sg, 8.4.1997.

¹¹⁴ S. Agafonov, cit. loc., Iz, 15.4.1997.

¹¹⁵ Siehe die redaktionelle Erklärung "Biznes i pressa", in: Iz, 17.4.1997.

¹¹⁶ Ebd.

¹¹⁷ Nastuplenie na svobodu pressy – éto nastuplenie na demokratiju, in: Iz, 18.4.1997; ähnlich der Brief des Cellisten M. Rostropovič, in: Iz, 22.4.1997; der "Offene Brief" von 15 Moskauer Chefredakteuren und Journalistenvertretern an Jelzin mit der Aufforderung, sich gegen den "Mißbrauch" der Aktionärsrechte durch Konzerne zur "Umorientierung" der Presse einzumischen, u.a. in: Iz, 22.4.1997. Der Chefredakteur der NG, V. Tret'jakov, der diesen Brief ebenfalls unterzeichnet hatte, machte in einer Erklärung allerdings auf die Gefahren eines solchen Eingreifappells an den Präsidenten zugunsten einer bestimmten Zeitung aufmerksam, in: NG 23.4.1997; E. Al'bac, O prave na vybor, in: NG 22.4.1997, warnte ebenfalls vor der Gefahr, daß ein Eingreifen des Präsidenten zugunsten bestimmter Blätter den Voluntarismus des ZK der KPdSU wiederbeleben könne.

¹¹⁸ Siehe u. S. 31f.

¹¹⁹ Pretenzii "LUKojla" na rol' vladel'ca gazety okazalis' nesostojatel'nymi, in: Iz, 14.5.1997.

Aktienmehrheit von 50,09% auf seiten von Oneksimbank-"Izvestija"- "Renessans-Kapital" (7%) zu konsolidieren, während Lukojl seine Anteile von 41% noch auf 49,9% aufstocken konnte. "Izvestija" hatte die Oneksimbank in der Überzeugung angesprochen, daß koordinierte Aktionen von Lukojl und Oneksimbank zur Erstickung der "Izvestija" unmöglich sein würden und Oneksimbank als Gegengewicht zu Lukojl fungieren würde. Das Motiv der Oneksimbank für den Einstieg bei "Izvestija" war offenbar, daß sich hier eine finanziell sehr günstige Chance bot, ihren Anteil am Medienmarkt zu erweitern. Nachdem sich die "Izvestija"-Vertreter bereits Mitte Mai mit der Oneksimbank verständigt hatten, daß die Redaktion eine Sperrminorität der Aktien behält, daß ferner die Journalisten der "Izvestija" die Redaktionspolitik formulieren und das Recht haben, einen Kandidaten als Chefredakteur vorzuschlagen, daß ferner in der Satzung der AG die Unabhängigkeit der Zeitung bei der Formulierung und Umsetzung ihres Kurses garantiert wird¹²⁰, kam schließlich auch mit Lukojl eine Einigung zustande: In einer von Vertretern der "Izvestija"-Redaktion, der Oneksimbank, Lukojl und Lukojl-Garant unterzeichneten "Charta" werden u.a. die Unantastbarkeit der Freiheit des Wortes und der Presse, die Verantwortung der Redaktion für publizierte Materialien und ihre Richtigkeit, die Freiheit der redaktionellen Entscheidungen von äußerem Einfluß als bindende Zusagen formuliert. Wichtiger sind jedoch die in der Charta formulierten Prinzipien der Personalpolitik der AG: Für sie ist der Präsident zuständig, für die der Redaktion der Chefredakteur. Die Journalisten schlugen eine Kandidatur für diesen Posten vor. Der Direktorenrat bestätigt sie. Die Aktionäre haben auf die Personalpolitik nur insofern Einfluß, als sie den Direktorenrat wählen.

Eine außerordentliche Aktionärsversammlung am 23. Juni 1997¹²¹ endete aber für die "Izvestija" enttäuschend: In einer neuen Satzung wurden die Funktionen des Präsidenten der AG, des Vorsitzenden des Direktorenrats der AG und des Chefredakteurs der Izvestija getrennt (bis dahin war I. Golembiowski AG-Präsident und Chefredakteur in Personalunion). Ferner gehörten dem neuen Direktorenrat nun drei Vertreter von Lukojl bzw. Lukojl-Garant an, zwei wurden von der "Izvestija" gestellt, zwei von Oneksimbank. Zum Präsidenten der AG wurde der Chefredakteur der zu der AG gehörenden Zeitung "Finansovye Izvestija", D. Mursin, gewählt, obgleich die Wahl I. Golembiowski's abgesprochen war. Dieser hatte, als von M. Koschokin (Oneksimbank) überraschend außer ihm auch Mursin als Kandidat nominiert wurde, resigniert seine Kandidatur zurückgezogen.¹²² Vorsitzender des Direktorenrats wurde der Vertreter der Oneksimbank M. Koshokin. I. Golembiowski blieb einstweilen Chefredakteur, da es Meinungsverschiedenheiten über das Vorschlagsverfahren für diesen Posten zwischen "Izvestija" und Lukojl gab. Während die "Izvestija" die Ansicht vertrat, lediglich die "Izvestija"-Journalisten sollten beteiligt werden, folgte die neue Satzung dem Lukojl-Vorschlag, daß die Mitarbeiter *aller* zur AG gehörenden Publikationen (außer der "Izvestija": "Finansovye Izvestija", "Nedelja", "Zakon") ein Vorschlagsrecht haben. Lukojl setzte sich auch mit der Vorstellung durch, daß diese Mitarbeiter dem Direktorenrat nicht nur *einen* Kandidaten für

¹²⁰ V. Kobzev, Promežutočnyj finiš, in: NG, 5.6.1997.

¹²¹ G. P'janych, Neizvestnoe ob "Izvestijach", in: Kommersant, 24, 1997, S. 17-19, hier S. 18.

¹²² Kadrovaja peretrjaska v "Izvestijach", in: NG, 2.7.1997.

die Chefredaktion, sondern drei zur Auswahl vorschlagen. I. Golembiowski wurde vom Direktorenrat ab dem 3. Juli 1997 in einen zweimonatigen Urlaub geschickt. Lukojl und Oneksimbank waren zu der Meinung gekommen, Golembiowski müsse abgelöst werden.¹²³ Golembiowski erklärte am 10. Juli resignierend, er werde nach dem Urlaub nicht mehr in die Redaktion der "Izvestija" zurückkehren und auch an der Wahl des neuen Chefredakteurs nicht teilnehmen. Der Direktorenrat ernannte am 18. Juli W. Sacharko zum Chefredakteur – er hatte bei den Mitarbeitern der vier Izvestija-Publikationen vor O. Lazis und A. Drusenko die meisten Stimmen erhalten.¹²⁴

Nicht nur Golembiowski wurde aus der Zeitung gedrängt, sondern die gesamte Spitze der Zeitung. Auch wurden wichtige Abteilungen gestrichen. Zu der Sitzung des Direktorenrats, auf der diese von der "Izvestija"-Belegschaft abgelehnten personellen und strukturellen Änderungen beschlossen wurden, wurden die "Izvestija"-Vertreter I. Golembiowski und O. Lazis gar nicht erst eingeladen.¹²⁵ Dutzende von Journalisten haben die "Izvestija" daraufhin verlassen oder wurden entlassen.¹²⁶

"Izvestija"-Mitarbeiter verloren tausende, zum Teil zehntausende US-\$¹²⁷, weil sie ihre Anteile zum halben Preis der von Lukojl gebotenen Summe an die Oneksimbank verkauft hatten, um Lukojl als Mehrheitsaktionär zu verhindern. Von der Belegschaft der "Izvestija" wurde als Reaktion auf diese Machenschaften eine eigene Gewerkschaft gegründet¹²⁸, die den Rückkauf eines Aktienpakets anstrebt, das die Zeitungsleute wieder zu Herren im eigenen Haus machen würde: Dazu wäre vor allem die Ablösung des Kredits in Höhe von sieben Mio. US-\$¹²⁹ nötig, den die Oneksimbank der Redaktion gegen Pfandüberlassung von 22% der Anteile im Mai gewährt hatte.¹³⁰

III.2 Einige Schlußfolgerungen aus dem Streit "Izvestija" – Lukojl – Oneksimbank für die Pressefreiheit in Rußland

Bei der Auseinandersetzung zeigte sich, daß insbesondere Lukojl an einer Ablösung I. Golembiowskij und an einer anderen Publikationspolitik der Zeitung gelegen war. Nicht nur der Abdruck des "Le Monde"-Artikels über Tschernomyrdin, sondern weitere für Lukojl unangenehme Artikel, die in der Folgezeit erschienen, und die von Golembiowski angekündigten fortlaufenden Enthüllungen über Lukojl¹³¹, waren offenbar der Grund dafür.

¹²³ E. Grigor'eva, Golembiowski rasstanetsja s "Izvestijami", in: NG, 11.7.1997; Épocha Golembiovskogo v "Izvestijach" zaveršaetsja, in: Sg, 11.7.1997.

¹²⁴ M. Bronzova, V "Izvestijach" – novyj glavnyj redaktor, in: NG, 22.7.1997.

¹²⁵ A. Vodolazov (Wiedergabe von Äußerungen des "Izvestija"-Berichterstatters und Mitglieds des Direktorenrats der AG "Izvestija" O. Lacis), Otto Lacis: "Éto budut uže ne te 'Izvestija'", in: Og, 31, 1997, S. 26-28.

¹²⁶ RFE/RL Newline, Vol. 1, No. 94, Part I, 13.8.1997.

¹²⁷ A. Vodolazov, cit. loc., S. 28.

¹²⁸ V "Izvestijach" sozdan nezavisimyj profsojuz, in: Iz, 10.7.1997.

¹²⁹ G. P'janych, cit. loc., S. 19.

¹³⁰ V. Dorofeev, Poslednie "Izvestija": svoboda – delo chozjajskoe, in: Kommersant, 18, 1997, S. 11-13.

¹³¹ Siehe I. Prozorov (Interview mit A. Vasilenko von Lukojl), Predstavitel' "LUKojla" otkazyvaetsja ot roli cenzora, in: NG, 22.4.1997.

Der schlimmste dieser Artikel erschien anonym mit dem Titel "'Lukoil': Politik und Geschäft" am 15. Mai 1997 in der "Izvestija".¹³² Das "Analytische Zentrum" der "Izvestija" stellte das enge persönliche Loyalitätsverhältnis des Lukoil-Chefs W. Alekperow und von Lukoil zu W. Tschernomyrdin, die geradezu programmatische Rolle von Lukoil als politisches Instrument (u.a. gegen A. Tschubajew) für Tschernomyrdin heraus, hob die hohen Steuerschulden (1,2 Trillionen Rubel) der fünf wichtigsten Lukoil-Töchter, ihre hohe Unrentabilität hervor, die aber Lukoil nicht daran gehindert habe, 285 Mrd. Rubel (ca. 57 Mio. US-\$) für den Zukauf von "Izvestija"-Aktien auszugeben. Bei den Nachforschungen über die Herkunft dieser Gelder machte "Izvestija" schockierende Entdeckungen: Nach Hinweisen des damaligen Innenministers und Vizepremiers A. Kulikow bestünden enge personelle Verflechtungen der Führungsspitzen von Energiekonzernen mit kriminellen Strukturen. So werde Lukoil von Tjumenener kriminellen Strukturen kontrolliert. In der Führung des "Izvestija"-Großaktionärs Lukoil gebe es nach FSB-Quellen "Leute mit einer – vorsichtig gesagt – nicht makellosen Vergangenheit und direkten Verbindungen in diese kriminellen Strukturen". Es wurden sogar Namen und konkrete Verbindungen zwischen Lukoil und der organisierten Kriminalität genannt und der Eindruck vermittelt, daß die gefährlichsten Gangster, die Morde in Auftrag geben, in der Lukoil-Spitze zu suchen sind.

Am 16. Mai war die Publikation eines weiteren "nicht weniger vernichtenden Artikels" über Lukoil geplant gewesen. I. Golembiowski verzichtete darauf erst, als Lukoil schriftlich zusagte, daß die für den 16. Mai angesetzte Sitzung des auf der Aktionärsversammlung vom 22. April 1997 (illegitim) gewählten neuen Direktorenrats (mit Lukoil-Mehrheit) abgesagt würde – ein deutlicher Hinweis, wie schädlich dieses Material für Lukoil gewesen sein muß –, auch im Hinblick auf das Image des Konzerns bei seinen ausländischen, vor allem amerikanischen Geschäftspartnern. (Die Sitzung des Direktorenrats wurde dann ohnehin aufgrund einer Klage der "Izvestija" am 15. Mai gerichtlich untersagt.)¹³³

Dennoch bedeuten all diese Vorgänge nicht, wie von Golembiowski und anderen behauptet, einen Sieg der politischen staatlichen Zensur mit Hilfe vom Staat abhängiger bzw. von Politikern protegierter Investoren. Es zeigte sich nämlich, daß nur Lukoil – nicht die Regierung und nicht Oneksimbank – an einer schnellen Zählung der "Izvestija" interessiert war, offensichtlich weil die Zeitung schwere – und bislang unwiderlegte, nicht einmal dementierte – Beschuldigungen gegen den Ölkonzern (Verfilzung mit der organisierten Kriminalität) erhob, – die freilich auch Tschernomyrdin als Protektor von Lukoil in einem sehr fragwürdigen Licht erscheinen ließen. Lukoil wollte, wie die Absage der Sitzung des Direktorenrats (s.o.) zeigte, sozusagen um jeden Preis weitere Enthüllungen verhindern. Immerhin sollten auf dieser Sitzung sehr wichtige personelle Entscheidungen getroffen werden.¹³⁴

¹³² "LUKOIL": politika i biznes. Štrichi k portretu akcionera, in: Iz, 15.5.1997.

¹³³ V. Dorofeev, Poslednie "Izvestija": svoboda – delo chozjajskoe, in: Kommersant, 18, 1997, S. 11-13, hier S. 12.

¹³⁴ Sud zapretil "LUKOIL" provedenie soвета direktorov, in: Iz, 17.5.1997.

Die Oneksimbank hat dagegen der "Izvestija" feste Nichteinmischungszusagen gegeben¹³⁵, die dann sinngemäß auch in die von Lukojl unterzeichnete "Charta" eingingen.¹³⁶ Das spätere Entgegenkommen der Oneksimbank-Vertreter gegenüber Lukojl hinsichtlich der Wahl/Ernennung des Chefredakteurs erklärt sich aus der Zwangslage, angesichts der labilen Anteilmehrheit mit Lukojl zu einem *modus vivendi* zu kommen: "Mit Lukojl werden wir ein System wechselseitiger Beziehungen aufbauen, das die Interessen aller Seiten berücksichtigt. Wir sind zum wechselseitigen Verständnis verdammt" (M. Koshokin).¹³⁷ Bei A. Wassilenko (Lukojl) klang der gleiche Gedanke wie eine Drohung: "In der Oneksimbank sind vernünftige Leute, sie begreifen sehr gut, daß ein Kompromiß nötig ist, daß man sich über alle Positionen absprechen muß. Andernfalls: Vernichtung der Zeitung."¹³⁸

Die personellen Veränderungen bei der "Izvestija" sind demnach nicht als ein Sieg staatlicher Zensur, sondern eher als Eingriff kriminell infiltrierter wirtschaftlich-politischer Interessengruppen zu sehen.

Zudem handelt es sich um einen – teuer erkaufen – Pyrrhus-Sieg. Schon im April schrieb die "Izvestija": "Die Lukojl-Chefs... müssen begreifen, daß das von ihnen erworbene Kapital in Form von 'Izvestija'-Aktien stark an Wert verlieren wird, sobald das jetzige Journalistenteam zerstört ist."¹³⁹ Viele bekannte Journalisten haben, wie erwähnt, die "Izvestija" verlassen oder sind entlassen worden. Dies und die Modifizierung der politischen Linie der Zeitung hält viele Leser ab, die Zeitung weiterhin zu kaufen. Der führende, langjährige "Izvestija"-Journalist und Redakteur O. Lazis ging häufigen Leserfragen, ob es sich noch lohne, die "Izvestija" zu abonnieren, am liebsten aus dem Weg: "Aber ich glaube, es lohnt sich nicht."¹⁴⁰

Für die "alte" "Izvestija" bedeutete die neue Lage, daß sie die Konkurrenz gegen andere Moskauer allgemeinpolitische Zeitungen, darunter die von I. Golembiowski und einigen Dutzend früheren "Izvestija"-Mitarbeitern mit einem neuen Profil ab November 1997 auf den Markt gebrachte "Novye Izvestija" (Neue Iswestija), nur würde aufnehmen können, wenn ihre Redaktion sich gegen den Druck der Anteilseigner, vor allem Lukojl, durchsetzt. Die Alternative hieße: weiterer Leserschwund, ökonomischer Mißerfolg und noch stärkere Abhängigkeit von den Investoren. Diese werden aber bei einer solchen Entwicklung vor die Frage gestellt, ob es sich unter politischen und kommerziellen Aspekten überhaupt noch lohnt, die Zeitung zu halten.

Der "Izvestija"-Lukojl-Oneksimbank-Konflikt hat gezeigt, daß Versuche der Fernsteuerung von unabhängigen Medien über Fremdfirmen, die von staatlichen oder politisch-kriminellen Kräften abhängig sind, unter den Konkurrenzbedingungen des heutigen russischen Medien-

¹³⁵ Pretenzii "LUKojla" na rol' vladel'ca gazety okazalis' nesostojatel'nymi, in: Iz, 14.5.1977.

¹³⁶ Chartija vzaimootnošenij redakcii gazety "Izvestija" i akcionerov izdanija, in: Iz 4.6.1997.

¹³⁷ V. Dorofeev, loc. cit., S. 13.

¹³⁸ Ebd.; ähnlich auch der Lukojl-Vertreter P. Naev, nach dem die Eigentumsrechte vor der Freiheit der Rede und der Presse rangieren, zit. bei Chr. Freeland, Russia discovers the tensions between rights and freedoms, in: FT, 26./27.4.1997.

¹³⁹ Biznes i pressa, dazu redaktionelle Notiz, in: Iz, 17.4.1997.

¹⁴⁰ A. Vodolazov, Otto LACIS: "Èto budut uže ne te 'Izvestija'", in: Og, 31, 1997, S. 28.

marktes kontraproduktiv sind. Ein dieser Steuerung unterworfenen Medium bringt sich um Glaubwürdigkeit, Leser, Einfluß und ökonomischen Erfolg.

IV. Auswirkungen der Medienbeteiligungen von Fremdfirmen auf die Pressefreiheit

Sehr häufig wird im Westen wie in Rußland allein schon der Einstieg von Banken und Großfirmen in den zentralen russischen Medienmarkt nur negativ unter dem Aspekt "Zensur" gesehen. Es wird von "kontrollierten" Medien gesprochen, von einer Zensur des Kapitals (der "Oligarchen"), die die sowjetische Zensur abgelöst habe und sogar schlimmer als diese sei. Wenn allerdings auch Präsident Jelzin, der sich öffentlich immer als unbedingter Verfechter der Pressefreiheit darstellt¹⁴¹, behauptet, es gebe nur noch einzelne Medien, die von ihrem Publikum abhängen, während die übrigen "Eigentum" von Privatpersonen seien, die sich oft "wie die schlimmsten Zensoren" aufführten, "sich offen in die Redaktionspolitik einmischen und bestimmen, was man schreiben oder sagen darf und was nicht"¹⁴², so klingt dies bedenklich nach einer dringenden Aufforderung an zuständige Institutionen, hier Abhilfe zu schaffen. In seltenem Einvernehmen mit dem Präsidenten hat die Duma in einem im Januar 1998 in erster Lesung verabschiedeten Änderungsgesetz zum russischen Mediengesetz von 1991 in diesem Sinne u.a. drei Vorschriften gegen die "Monopolisierung" von Medien in Privateigentum formuliert, die zwar wenig sinnvoll und praktikabel sind, aber ebenso ein brennendes Bedürfnis nach mehr staatlicher Kontrolle der "Monopolisten" zeigen.¹⁴³

Solche Initiativen scheinen allerdings weniger von der Sorge um die Pressefreiheit diktiert, als vielmehr gereizte Reaktionen auf die Tatsache zu sein, daß diese von Fremdfirmen "kontrollierten" Medien heute sehr freimütig Kritik an Exekutive und Legislative üben. Daß sie dies können, ist nicht zuletzt darauf zurückzuführen, daß das vielgeschmähte Finanzkapital gerade die demokratische Presse nach 1992 vor dem finanziellen Untergang gerettet (s.o. S. 13f.) und eine neue mögliche Abhängigkeit vom Staat dadurch verhindert hat. Der Umstand, daß die Fremdfirmen nur in demokratische Medien investiert haben (s.o. S. 16f.), muß sogar als ein Bekenntnis zur Pressefreiheit und -unabhängigkeit interpretiert werden. Urteile der zitierten Art übersehen aber nicht nur den materiellen Beitrag der Fremdfirmen zur Pressefreiheit in Rußland, sondern auch eine Vielzahl von Fakten und Zusammenhängen, die den Schluß erlauben, daß die Pressefreiheit in Rußland vom Einstieg der Fremdfirmen in den Medienmarkt insgesamt – von Ausnahmen abgesehen – außerordentlich profitiert hat.

¹⁴¹ So zuletzt in einer Rundfunkansprache vom 29.5.1998: Vsegda zaščiščal i budu zaščiščat' svobodu pressy, in: RG, 30.5.1998.

¹⁴² Zit. bei N. Konstantinova, SMI kak zerkalo krizisa vlasti. Boris El'cin osudil informacionnyh "monopolistov", in: NG, 26.5.1998.

¹⁴³ Dazu u.a. Ju. Baturin, M. Fedotov, V. Ėntin, Pora li "svjaščennoj korove" na bojnju, ili čto tait modernizacija zakona o SMI?, in: Zakonodatel'stvo i praktika sredstv massovoj informacii (ZiPSMI), 1-2, 1998, S. 1-6, hier S. 5.

Es ist dabei nicht nur darauf zu verweisen, daß die Fremdfirmen in vielen Fällen Nichteinmischung in die Redaktionspolitik – bisweilen sogar vertraglich – zugesagt haben.¹⁴⁴ Selbst wenn dies nur Augenwischerei wäre, so bliebe doch zunächst festzuhalten, daß die "kontrollierten" Medien in ihrer Gesamtheit ein sehr buntes Bild bieten, das weit von irgendeinem unterstellten Meinungsmonopolismus entfernt ist. Die gegenüber den "paradiesischen" Zuständen zu Beginn der 90er Jahre, als es noch keine Fremdinvestoren bei den Medien gab, eingetretenen Veränderungen umreißt das folgende Zitat:

Der Prozeß der Konzentration der zentralen russischen Zeitungen in den Händen von Finanz- und Industriegruppen... stellt die kurze Epoche der fast absoluten Freiheit des Wortes in Frage, nicht diejenige des russischen Durchschnittsbürgers, wohl aber die des hauptstädtischen Journalisten... Die frühere ungezügelter Freiheit ("vol'nica") ist vorbei, offenbar für immer. Doch die Konzentration der Presse in den Händen des Großkapitals bedeutet keineswegs das Ende der russischen Demokratie. Selbst wenn die Herren der Printmedien die Arbeit der Journalisten hart kontrollieren wollten, wird der Informationspluralismus nicht leiden. Zwar wird dies nicht mehr die Vielstimmigkeit persönlicher Standpunkte sein, wohl aber ein Pluralismus von Positionen der Finanz- und Industrieclans.¹⁴⁵

Ähnlich äußerte sich auch der Chefredakteur der NG:

Ist als Folge dessen (des Erwerbs der Aktienmehrheit an der NG durch die "Ob-edinennyj Bank") die freie NG oder die freie Presse gestorben? Diejenige der Jahre 1990-1992: Ja. Insgesamt: Nein. Kein einziges Monopol in Rußland kann (schon wegen der Ausmaße des Landes) absolut sein. Bei den Massenmedien um so mehr. Das ist kein Gaskomplex oder gar das Verkehrsministerium... Es ist heute einfach so, daß man, um die ganze Wahrheit zu erfahren, 20 Zeitungen lesen und alle TV-Kanäle sehen muß. Was für gewöhnliche Leute entweder zu teuer oder umständlich ist. ... Bald wird außer den beiden Tsch. (Tschubajns und Tschernomyrdin – P.H.) auch der Moskauer L. (Luschkow) sein Informationsimperium errichten. ... Da aber alle Imperien ideologisiert sind, wird die Freiheit des Wortes bis zum vollen Sieg einer Gruppe über alle anderen – was heute in Rußland unreal ist – erhalten bleiben.¹⁴⁶

Auch bedeutet die Nutzung der Presse durch Fremdfirmen zur Durchsetzung eigener Interessen bei den Machtorganen und gegenüber Konkurrenten nicht die Abschaffung oder Gefährdung der Pressefreiheit, sondern eher sogar eine Stärkung in einem inhaltlichen, substantiellen Sinn, der – angesichts der Konkurrenzsituation der Firmen – im Zwang zur glaubwürdigen Argumentation liegt. Dies ist ein Schritt fort von dem in der Perestrojka-Zeit und den nachfolgenden Jahren häufigen, im Grunde unstrukturierten, überwiegend abstrakt auf Re-

¹⁴⁴ Vgl. Začem vypisyvat'sja iz odnogo sumassědšego doma, čtoby popast' v drugoj, in: OG, 24, 1995, S. 3 (Nichteinmischung von VAZ bei OG und "Vek"); M. Kašulinskij, Plochie "Izvestija" dlja pensionerov "LUKojla", in: Sg, 8.4.1997 (V. Alekperov von LUKojl gegenüber "Izvestija"); Biznes i pressa, in: Iz, 17.4.1997 (LUKojl gab als Investor Nichteinmischungsgarantien); A. Vaganov, Oněksimbank položil glaz na "Komsomol'skuju pravdu", in: NG, 18.3.1997 (Gasprom garantiert Nichteinmischung); O. Trubeckoj, Radi neskol'kich akcij v gazete, in: Kommersant, 15, 1997, S. 32 (M. Kožokin von Oněksimbank betont Nichteinmischung, fordert Objektivität, Zuverlässigkeit, Unterlassung der Publikation von Kompromat und Auftragsartikeln); T. Plotnikova, O. Lichina, "Gazprom" zanjalsja periodičeskoj pečat'ju, in: Kommersant-daily, 19.8.1997 (Gasprom sagt Nichteinmischung in die Redaktionspolitik von "Rabočaja tribuna" und "Trud" zu).

¹⁴⁵ V. Razuvaev, loc. cit.

¹⁴⁶ V. Tretjakov, Pis'mo ne B.N. El'cinu, in: NG, 23.4.1997.

formen gerichteten, oft hemmungslosen Meinungs- und Sensationsjournalismus hin zu journalistischer Verantwortung und Berufsethik: "Die neuen Herren (die Fremdfirmen – P.H.) haben eine gewisse Stabilität in den chaotischen Markt gebracht, indem sie das System der kleinen Bestechungen von Journalisten ausgeschaltet haben, als Zeitungen einfache 'Auftrags'-Artikel für jeden druckten, der das Geld dafür hatte. Zeitungen spiegeln heute zunehmend die grundsätzlicheren politischen Neigungen ihrer Eigner wider, und die Eigner sind unterschiedlich genug, um Pluralität zu garantieren. In diesem Sinn entwickelt sich die Presse nach dem Schema ihrer Gegenstücke in den westlichen Ländern."¹⁴⁷ "Die hauptstädtischen Publikationen sind noch immer zu stark politisiert, doch mit jeder Windung der politischen Intrige, die Rußland erschüttert, nimmt ihre Unabhängigkeit und Unbeteiligtheit immer mehr zu. Man kann sich den Prozeß in Form einer Spirale vorstellen. Die Windungen der politischen Krise weisen der Presse gleichsam die Rolle eines aktiven politischen Akteurs zu, aber die Position der Presse entspricht mit jeder Windung mehr und mehr den Funktionen des gesunden zivilisierten Instituts 'Massenmedien'. "¹⁴⁸ Die Funktion der fremdfinanzierten Medien als Sprachrohr der jeweiligen Fremdfirmen ist zudem stark zu relativieren. Zum einen gibt es in den meisten Fällen nicht einen einzigen, sondern mehrere Eigner (darunter in der Regel nicht zuletzt die Redaktionen), deren unterschiedliche Ambitionen eine allzu große Einseitigkeit erschweren. Zum anderen verbinden die Fremdfirmen mit ihrer Beteiligung kein umfassendes zensurähnliches Kontrollinteresse, sondern sie haben – abgesehen von heute für sie immer wichtiger werdenden Gewinnerwartungen – nur zwei Forderungen an das von ihnen geförderte Medium: Es soll die speziellen sektoralen Firmeninteressen nicht gefährden und die derzeitigen politisch-ökonomischen Rahmenbedingungen, in denen diese Firmen florieren können, nicht in Frage stellen. Letztere werden aber als der Kern des oben beschriebenen Grundkonsenses zwischen Medien und Fremdfirmen von den "kontrollierten" Medien ohnehin nicht in Frage gestellt. Nur bei ausreichend wichtigen Firmeninteressen könnten die Fremdfirmen eine bestimmte Darstellungsweise in dem von ihnen "kontrollierten" Medium erwarten.

Aber selbst in diesem Fall muß sich ein "kontrolliertes" Medium um glaubwürdige Begründungen für den "Firmenstandpunkt" bemühen, weil andernfalls überzeugendere Publikationen in anderen Medien den gewünschten Effekt der Publikation zunichte machen. Einseitige, allzu plumpe und durchsichtige Interessenartikel stoßen insbesondere beim hauptstädtischen Publikum, das der platten Propaganda überdrüssig ist und die Pressefreiheit als "einzige russische Reform, die zustandegekommen ist"¹⁴⁹ sieht, grundsätzlich auf Unglauben: "Wenn das politische und ökonomische Engagement eines Blattes oder eines TV-Kanals nicht nur einem engen Kreis von Politikern und Finanziers, sondern der Gesellschaft offenbar wird, dann beginnen die Massenmedien erfolgreich an dem Ast zu sägen, auf dem sie eben noch wohlbe-

¹⁴⁷ M. Whitehouse, loc. cit., S. 26.

¹⁴⁸ I. Zasurskij, Den'gi i čitateli stanovjatsja važnee političeskich intrig, in: Žurnalist, 10, 1996, S. 32-36, hier S. 35.

¹⁴⁹ Nastuplenie na svobodu pressy – éto nastuplenie na demokratiju (Offener Brief russischer Intellektueller gegen die Eingriffe des "Izvestija"-Aktionärs Lukojl (Ölkonzern) in die Redaktionspolitik der "Izvestija"), in: Iz, 19.4.1997.

halten saßen. Das Fehlen des Glaubens des Informationsverbrauchers an die Qualität der ihm gebotenen Dienstleistung führt zum Sinken der Auflage oder des Ratings, und dieser Mißerfolg führt seinerseits zum Interessenverlust seitens interessierter Politik- und Finanzstrukturen."¹⁵⁰

Paradoxerweise müssen wegen dieser Zusammenhänge gerade Medien, die überwiegend *einem* Anteilseigner gehören (z.B. die NG) und daher eigentlich prädestiniert wären, dessen Interessen und Standpunkte besonders deutlich zu artikulieren, hier besonders vorsichtig sein, weil sie besonders schnell in den Verdacht kommen, daß sie lediglich Sprachrohr ihres Hauptaktionärs, also unfrei sind. Gerade in einem solchen Fall muß der Eigner auf die größtmögliche Argumentativität des Mediums achten, insbesondere dann, wenn es um kritische Beiträge über ökonomische oder politische Interessenkonkurrenten geht. Dies wird heute auch von den Fremdfirmen erkannt. Obgleich z.B. B. Beresowskij ("LogoVAZ", "Obedinennyj bank") sich nicht über die Motive seiner Medienbeteiligungen (ORT, TV-6, "Ogonek", NG) äußert, richtet sich sein Verhalten gegenüber der Redaktionspolitik dieser Medien nach der Einsicht in diese Zusammenhänge:

Als (politischer) Einflußmakler ist "LogoVAZ" daran interessiert, daß die Massenmedien, die die Gesellschaft finanziert, einen unabhängigen Status behalten. Die Unterstreichung ihrer Beteiligung an Massenmedien würde für "LogoVAZ" bedeuten, mit dem roten Tuch vor den Augen der politischen Konkurrenten herumzuwedeln, bei Lesern Verdacht und Mißtrauen zu säen und – was für Beresowskij vollständig jeden Sinns entbehrt – die Verantwortung für alle Materialien zu übernehmen, die in diesen Publikationen und den TV-Kanälen, die er faktisch kontrolliert, erscheinen.¹⁵¹

All dies schließt keineswegs aus, daß in einem "kontrollierten" Medium ökonomische und politische Firmeninteressen sehr deutlich artikuliert und ökonomische Konkurrenten oder politische Akteure sehr scharf attackiert werden – aber solche Publikationen müssen gut abgesichert sein, um nicht kontraproduktiv zu sein. Solche in der Regel sorgfältig recherchierten Publikationen aus der Hand angesehener Journalisten entwickeln mitunter eine beträchtliche Sprengkraft, die sogar Regierungsmitglieder stürzen läßt. Dies ist auch der Grund für die sehr hohe Zahl nicht nur von oft mit ruinösen Schadensersatzforderungen verbundenen Beleidigungsklagen gegen Journalisten und Zeitungen zwecks deren Einschüchterung und finanziellen Ruinierung, sondern auch von Drohungen und bis zu Mord reichenden Gewaltanwendungen gegen Journalisten und Redaktionen.¹⁵² Hätten solche nicht-anonymen Publikationen keinen objektiven Hintergrund, so wären sie leicht zu widerlegen und der Aufwand (Beleidigungsklagen, Drohungen, Gewalt) zu ihrer Entkräftung würde sich nicht lohnen. Das Medium, das sie publiziert, verlöre seine Glaubwürdigkeit, sein Publikum, Einfluß und ökonomischen Erfolg. Daß solche mitunter sehr brisanten Publikationen erscheinen können, muß als ein Beitrag der Fremdfirmen zur Pressefreiheit gewertet werden, denn die betreffenden Me-

¹⁵⁰ V. Razuvaev, Lovuška dlja SMI, in: NG, 27.2.1997.

¹⁵¹ I. Zasurskij, loc. cit., S. 33.

¹⁵² Vgl. Pressa na territorii SNG: konflikty i pravonarušeniya, (monatl. Monitoring der Pressefreiheitseinschränkungen in den einzelnen GUS-Ländern als Beilage der vom "Fond zaščity glasnosti" herausgegebenen Zeitschrift "Zakonodatel'stvo i praktika sredstv massovoj informacii", Moskau).

dien könnten solche Beiträge ohne deren Rückhalt nicht riskieren. (Scharf zu trennen von solchen Publikationen sind Veröffentlichungen von kompromittierendem Material ("Kompromat") anonymer Art und Herkunft: angeblich echte, kompromittierende, heimlich aufgezeichnete Telefongespräche, Filmaufnahmen, Fotografien, Dokumente bekannter Persönlichkeiten, Politiker. Sie erscheinen meist in defizitären Medien, die sich die Veröffentlichung solchen Materials teuer bezahlen lassen. Die Lancierung von "Kompromat" hat in den letzten Jahren zugenommen, so daß schon von einem "Kompromatkrieg" gesprochen wird. Die unbekannten "Kompromat"-Lieferanten werden bereits "fünfte Gewalt" genannt – als "vierte Gewalt" werden die Medien bezeichnet. Seriöse Medien und Journalisten distanzieren sich von diesen Praktiken, hinter denen Sicherheitsstrukturen mit destabilisierenden Absichten vermutet werden.¹⁵³)

Auf der anderen Seite ist die Stützung der Medien durch Fremdkapital letztlich nicht ideal, weil diese Abhängigkeit, auch wenn sich ihre Umsetzung in Einflußnahme auf die Publikationspolitik schon allein aufgrund aktienrechtlicher Regularien und medien-interner Schutzmechanismen (Redaktionsstatute, unabhängige Beobachterräte u.ä.) nur indirekt und mit zeitlicher Verzögerung bewerkstelligen läßt, immer noch Spielraum für informelle Einflußnahme wie den Einsatz von Werbemitteln, die Gewährung von Krediten oder informell abgesprochene Zuwendungen, Zulagen für Journalisten u.ä. zuläßt¹⁵⁴ und damit auch das Negativeimage eines Mediums als Sprachrohr einer Fremdfirma weiter am Leben erhält.

Wenn schon die Fremdfirmen, um diesen Eindruck zu vermeiden, darauf achten müssen, daß sie ihren Einfluß nur sehr bedacht geltend machen, so haben die Medien ein weit stärkeres originäres Interesse, ihn zu minimieren. Sie sind daran nicht nur aus journalistischem Idealismus interessiert, sondern auch, weil sie sich das Vertrauen des Publikums durch Unabhängigkeit des Urteils erhalten müssen, um nicht in eine noch tiefere finanzielle Abhängigkeit von Geldgebern zu geraten. Das parallele Interesse der Geldgeber an Einfluß via Medien und das Interesse der Medien an Unabhängigkeit und Akzeptanz beim Publikum lassen sich nur umsetzen, wenn die Medien sich an die Kriterien journalistische Unabhängigkeit und Redlichkeit halten können.

Der Journalist Aleksandr Minkin, der am 12. November 1997 durch einen Rundfunkbeitrag über ein angeblich unverhältnismäßig hohes und im voraus gezahltes Buchhonorar für den damaligen Ersten Stellvertretenden Ministerpräsidenten A. Tschubajts dessen Sturz und den Sturz anderer "Schriftsteller" in der Regierungsmannschaft auslöste, – und einen von Tschu-

¹⁵³ N. Golova, Vremja kompromata, in: NG, 2.8.1996; V sudebnoj palate po informacionnym sporam. Vojna kompromatov: komu èto vygodno?, in: RG, 10.12.1996; Kompromat kak žanr rossijskoj žurnalistiki (Interview mit dem Vorsitzenden der "Sudebnaja palata" A. Vengerov), in: Žurnalist, 1, 1997, S. 7-9; Ostanovim vojnu kompromatov. Zajavlenie Sekretariata Sojuza žurnalistov Rossii, in: RG, 7.2.1997; V. Pantin, N. Manvelov, Kompromat – čast' našej žizni, in: Vek, 4, 1997, S. 4; L. Kislinskaja, "Vojna kompromatov", "vbros" i "sliv" – neuželi èto udel našej pressy?, in: Og., 31, 1997, S. 22-23; A. Kučerena, Kak vesti boj s ten'ju?, in: NG, 20.2.1998; Zaslon dlja igry v kompromat (Erklärung russischer Journalisten und Redakteure), in: RG, 1.8.1998; N. Vajnonen, Ljudi. Ne bdite!, in: Žurnalist, 4, 1998, S. 12-13; A. Kučerena, Kompromat osobogo naznačenija. Pjataja vlast' deržit v strache četyre ostal'nych, in: OG, 13, 1998, S. 13.

¹⁵⁴ Dazu vgl. G. Bovt, Nepopravimyj pljuralizm, in: Vek, 8, 1998, S. 12.

bajs deshalb angestregten Verleumdungsprozeß gewann,¹⁵⁵ antwortete auf die Frage nach seiner journalistischen Unabhängigkeit: "... die Pressefreiheit existiert. Das Gerede über die Massenmedienmonopole ist Unsinn. Zensur kann nur allumfassend sein, ... wenn man etwas in einer Zeitung nicht drucken kann, aber in einer anderen, dann ist das keine Zensur, sondern es sind die Umstände."¹⁵⁶

¹⁵⁵ I. Budakov, Žurnalistiskoe presledovanie, in: Kommersant, 42, 1997, S. 9-10; N. Gevorkjan, Kak Minkin obezglavil Minfin, ebd., S. 11-13; Minkin zavjazal (Interview N. Gevorjkans mit A. Minkin), in: Kommersant, 46, 1997, S. 44-45; V. Dorofeev, Teatr odnogo reportera, ebd., S. 46; K. Popov, "Kniznoe delo" popalo v sud, in: NG, 10.2.1998.

¹⁵⁶ A vy nezavisimy?, in: Kommersant Vlast', 22, 1998, S. 7.

Peter Hübner

Press Freedom in Russia

Are Shareholders the New Censors?

Bericht des BIOst Nr. 34/1998

Summary

Introductory Remarks

Since 1992 Russian banks and major companies have entered the newspaper and media market on a large scale. This report endeavours to find out whether, as is often claimed, this poses a serious threat to press freedom in Russia. A further question is whether the involvement of external (i.e., non-media) companies allows indirect state control of the media in cases where the state holds a large stake in these companies. The conflict between *Izvestiya* and LUKoil-Oneksimbank, which in 1997 resulted in the replacement of *Izvestiya's* chief editor and many of his staff, suggests that this is the case. The report, which is based on both Russian and Western sources, nonetheless concludes that the net result of the involvement of external companies in the media has been an enormous gain for press freedom in Russia.

Findings

I. From "Ideological Privatisation" to the First and Second Rounds of Property Privatisation.

The financial involvement of major non-media companies in the central Russian newspaper and media market was the culmination of a process that began with the "*ideological privatisation*" as a consequence of Gorbachev's *glasnost'*, the abolition of CPSU control over the media and the prohibition of censorship (provided for by the Soviet Media Law of 1990). Ideological privatisation went in hand in hand with the *first round of property privatisation*, whereby the staff of many state, Communist Party or "public" press organs founded independent newspapers, in many cases creating closed stock companies. This proved to be successful as long as the steep rise in circulation and huge increase in public interest that had resulted from *glasnost'* persisted and as long as low production costs enabled newspapers to continue making a profit. The situation changed, however, from 1991, when the elimination of price controls forced newspapers to pass on their sharply rising costs to readers who were simultaneously facing a decline in real income. This was the main reason for the steady drop in circulation from 1992 onwards – circulation now stands at between 2% and 10% of the 1990/1991 level. As a result, many press organs had to close and those that did not turned for financial support to large companies and banks to help them out of the crisis. The latter thus became increasingly involved, for both political and economic reasons, in the media market, bringing about a *second round of property privatisation*.

II. Why External Companies Entered the Newspaper and Media Market.

1. Newspaper companies' main motive in selling shares to external companies and in seeking lien credits was the acute financial crisis brought on by rising costs and falling circulation that could only be weathered with external financial assistance. This situation naturally placed journalists in a quandary about how to maintain editorial independence in the face of financial dependence on their shareholders. The problem was mitigated, however, by promises on the part of the companies involved not to interfere in journalists' work; and in any case, newspapers generally regarded their new partners as relatively harmless compared with the CPSU.
2. Initially at least, the external companies did not expect to make a profit out of their shares in media organisations but hoped instead to further their own economic and political ends. For one thing, they regarded the central press as a good lobbying forum for their own economic interests (as a medium for pressing their claims to shares in privatised state enterprises, for instance) and for exerting pressure on the state bureaucracy and the legislature in Moscow. In addition, they considered, and still consider, the media they sponsor (all of which are "democratic") as allies in defending the prevailing political and economic order against a possible take-over of power by the communists, who would abolish both free enterprise and the free press. In making this calculation the majority of the companies concerned recognised that their pact with the media, based on this political consensus, could only function if the media remained independent.
3. External companies currently investing in the media market are doing so with an eye to the Duma elections of 1999 and the presidential elections of 2000, although it is still unclear in most cases whom they will support. The only person to have committed himself so far is Vladimir Gusinsky (director of the influential holding Media-MOST), who has declared that he will provide "maximum" support for the *Yabloko* movement. Moscow's mayor, Yuriy Luzhkov, is apparently planning to use his TV company "TV Centr", which broadcasts nation-wide, in support of his own campaign, although he has so far denied any aspirations of this kind.
4. In view of the large profits expected to be made in the communications and media sector world-wide, Russian investors are increasingly looking at their shares in media organisations purely in terms of commercial profit and starting to combine them into holdings. The profit motive and media independence are most clearly linked in the company philosophy of the Media-MOST holding, which aims to ensure the continued development of democracy and a state based on law as well as of free enterprise, with the help of and for the benefit of independent media as both a constituent part and guarantor of these institutions.
1. Alongside the media holdings of external companies, newspaper companies themselves are now starting to form press and media concerns by expanding and diversifying their own products. At the same time they are trying to spread shares held by external companies as widely as possible and to pay back lien credits, for the involvement of external companies here is still quite substantial.

6. The formation of press and media holdings and concerns shows that the central Russian media market is increasingly becoming an independent, profit- i.e., customer-oriented business, and political intrigues set in motion with the help of the media are losing their former significance.

III. Do External Companies Wish to Assume the Role of Official Regulators of the Media and Are They Capable of Doing So?

1. Until 1997 relations between press companies and external companies were largely unclouded. If anyone (apart from the legislature) were to try to curb the independence of press companies, then it was likely to be the executive, for following Yeltsin's victory over Zyuganov in the presidential elections of 1996, which the free press had helped to secure, the executive once again became the target of ferocious press attacks. However, the banning of censorship, the privatisation of the central press and the abolition of press subsidies meant that the state was now limited to putting indirect pressure on the press through companies in which it held a stake.
2. Just such an attempt, which at first sight appeared to be successful, was made following the publication by *Izvestiya* on 1.4.1997 of an article from *Le Monde* claiming that Prime Minister Chernomyrdin had amassed enormous wealth. The main shareholder in *Izvestiya*, the oil company LUKoil, which maintained close ties with Chernomyrdin, tried and eventually succeeded in removing all of *Izvestiya*'s senior journalists from their jobs. Its motive for doing this was not only to curry favour with Chernomyrdin (an influential figure for the oil industry) but also to prevent the publication in *Izvestiya* of a spate of articles exposing LUKoil's connections with organised crime, revelations that would have been extremely damaging to business.
3. What emerged from the conflict was that it was above all LUKoil and not Chernomyrdin, the government or Oneksimbank – another shareholder in *Izvestiya* – that was responsible for getting *Izvestiya*'s editors replaced. But it was a Pyrrhic victory – for the sight of economic and political interest groups, evidently with links to organised crime, interfering in the work of the free press proved to be extremely damaging to LUKoil's public image. Moreover, in losing its best journalists, *Izvestiya* also lost a large number of readers. In view of the competition posed by the other Moscow political newspapers, the "old" *Izvestiya* was faced with a dilemma: either to go back to working independently – above all independently of LUKoil – and thus regain the trust of its readership; or else to risk a further decline in readership, economic failure and therefore even greater dependence on investors who might well then ask whether it was worth maintaining the newspaper at all. Thus, the experiment in media control using a partly state-owned company turned out to be counterproductive.

IV. The Effects of External Companies' Media Holdings on Press Freedom

1. In both the West and in Russia – and there above all by Yeltsin and the majority of the Duma – the massive involvement of external companies in the central Russian media market is generally seen as a threat to press freedom. However, a number of important

aspects of the issue have been deliberately overlooked that suggest that press freedom in Russia has generally benefited enormously from this development.

2. First and foremost, the so-called "oligarchs" must be credited with having kept many democratic press organs alive from 1992 onwards.
3. Even if one takes the view that the media "controlled" by these companies have lost their editorial independence to their financial sponsors, the overall impression of the media is of a highly pluralistic scene rather than of an alleged opinion monopoly.
4. Most media organisations are owned by a number of different shareholders, so there is plurality of opinion at the corporate level as well. And the external companies have no interest in thoroughly controlling the media. They merely expect that their business interests are not harmed and the prevailing political and economic order – which forms the basis for their existence – is not fundamentally challenged. But the latter is anyway at the heart of the political consensus between the media and their financiers.
5. In respecting or defending important company interests the media concerned must produce plausible and genuine arguments for the position of the company, if they are not to be immediately refuted by other media. Paradoxically, media that are owned mainly by one shareholder are under particular pressure to do this, since they are most easily accused of being a company mouthpiece. Attacks on rival companies or on politicians published by such media are generally well researched and for precisely this reason often have a particularly explosive impact.
6. This is also one of the main reasons for attempts by the targets of such attacks to intimidate journalists and editors. In many cases the media would not have the strength to stand up to such confrontations if it were not for the backing of external companies, so this too can be seen as a positive contribution of external companies to the freedom of the press. (This should be clearly distinguished from the practice that has increased in recent years of publishing, often in exchange for payment, anonymous articles – or articles based on anonymous sources – containing compromising material intended to be used for destructive purposes.)
7. Nevertheless, occasion arises time and again for regarding the media's association with external companies as suspect. For this reason external companies have to exercise extreme caution in bringing their influence to bear on the media "controlled" by them if they hope to go on using them as lobbying instruments, where possible to make a profit. Similarly, the media themselves have an interest in keeping this influence to a minimum if they are to allay suspicions of non-independence. In so doing they are motivated not only by the ideal of objectivity but also by their wish to win public confidence and be economically successful so that they can avoid becoming still more dependent on external sources of finance. And it is here that the interests of the media and external companies converge: for influence and economic success can only be attained through independent journalism and respect for the truth, qualities that are expressed not in tendentious writing but in well-founded opinion and unbiased information.

